RICH DAD®

مؤلف الكتاب الأكثر مبيعًا وفقًا لجريدة نيويورك تايمز:
الأب الغني الأب الفقير

الأعمال في القرن الحادي والعشرين

روبرت تي. كيوساكي

بالاشتراك مع جون فليمينج، وكيم كيوساكي





RICH DAD



روبرت تي. كيوساكي

بالاشتراك مع جون فليمينج، وكيم كيوساكي







للتعرف على فروعنا

نرجو زيارة موقعنا على الإنترنت **www.jarir.com**

للمزيد من المعلومات الرجاء مراسلتنا على: **jbpublications@jarirbookstore.com**

تحديد مسئولية / إخلاء مسئولية من أي ضمان

هذه ترجمة عربية لطبعة اللغة الإنجليزية. لقد بذلنا قصارى جهدنا في ترجمة هذا الكتاب، ولكن بسبب القيود المتأصلة في طبيعة الترجمة، والناتجة عن تعقيدات اللغة، واحتمال وجود عدد من الترجمات والتفسيرات المختلفة لكلمات وعبارات معينة، فإننا نعلن وبكل وضوح أننا لا نتحمل أي مسئولية ونخلي مسئوليتنا بخاصة عن أي ضمانات ضمنية متعلقة بملاءمة الكتاب لأغراض شرائه العادية أو ملاءمته لغرض معين. كما أننا لن نتحمّل أي مسئولية عن أي خسائر في الأرباح أو أي خسائر تجارية أخرى، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر، الخسائر العرضية، أو المترتبة، أو غيرها من الخسائر.

الطبعة الأولى ٢٠١٨

حقوق الترجمة العربية والنشر والتوزيع محفوظة لمكتبة جرير

ARABIC edition published by JARIR BOOKSTORE.

تم إعداد هذا الكتاب لكي يقدم معلومات عامة فيما يتعلق بالموضوع الذي يناقشه. إلا أن القوانين والممارسات قد تختلف من دولة لأخرى وعرضة للتغيير الدائم. ولأن كل موقف واقعي يكون مختلفا، فإنه ينبغي ضبط النصائح والاستشارات المتخصصة حسب الظروف الخاصة بكل موقف. ولهذا السبب، فإننا ننصح القارئ الكريم بالرجوع لمستشاره الخاص فيما يخص موقفه الشخصي.

لقد توخى المؤلف جميع الاحتياطات اللازمة في إعداد هذا الكتاب ويعتقد أن الحقائق الواردة في الكتاب دقيقة حتى تاريخ تأليفه. إلا أن المؤلف أو الناشر يخليان مسئوليتهما عن أية أخطاء أو حذف. كما أن المؤلف والناشر يخليان مسئوليتهما على وجه الخصوص عن أية مسئولية قانونية تنتج عن استخدام أو تطبيق المعلومات الواردة في هذا الكتاب، ولا تعد المعلومات بمثابة نصيحة قانونية أو مالية أو أية نصيحة متخصصة أخرى ترتبط بالمواقف الفردية.







RICH DAD

قائمة الكتب الأخرى الأكثر مبيعًا من سلسلة كتب Rich Dad

الأب الغني والأب الفقير *

ما يعلمه الأثرياء ولا يعلمه الفقراء وأفراد الطبقة الوسطى لأبنائهم عن المال!

النموذج الرباعي للتدفقات النقدية*

دليل الأب الغني لتحقيق الحرية المالية

دليل الاستثمار للأب الغني*

ما يستثمر فيه الأثرياء ولا يستثمر فيه الفقراء ولا أبناء الطبقة الوسطى!

*** متوافر لدى مكتبة جرير**

إهداء

أهدي هذا الكتاب إلى ملايين القراء الذين يقفون في مفترق طرق في هذه الحياة؛ الذين تأثروا بالأزمة الاقتصادية الحالية، ويقفون عاجزين عن تحديد ما يمكنهم

فعله لتأمين مستقبلهم الاقتصادي. أريدكم أن تعلموا أن هذه الفترة، على الرغم مما بها من صعوبات، فإنها الفترة المناسبة لكم لتتحكموا في مستقبلكم. لقد

قضيت حياتي في تعليم الآخرين كيفية بلوغ الحرية المالية، وأعلم أن هذا الكتاب - كباقي الكتب الأخرى الموجودة في سلسلة كتبي Rich Dad - سيزودك بالرؤية

اللازمة لتكوين الثروة لسنوات مقبلة والحفاظ عليها كذلك. وبمجرد أن تتعلم الطريقة الحقيقية لتشغيل الأموال، والفرص المتاحة لك في عالم الأعمال في القرن

الحادي والعشرين، ستكون قادرًا على بناء الحياة التي تتمناها.

شكر وتقدير

أود أن أتوجه بالشكر إلى زوجتي على حبها ودعمها لي بشكل متواصل، كما أخص بالشكر أيضًا أسرة سلسلة كتب Rich Dad التي ساعدتني على توصيل رسالتي

في التعليم المالي إلى ملايين الأشخاص حول العالم.

أود أن أشكر أيضًا جون فليمينج على رؤيته العميقة القيمة في مجال التسويق الشبكي، وستيوارت جونسون، وريد بيلبري، وفريق العمل في شركة فيديو

بلس
على مساعدتهم لي في إعداد هذا الكتاب.
وأخيرًا، أريد أن أتقدم بجزيل الشكر إلى جون ديفيد مان، وجي. إم. إميريت على ما بثاه من حرفية وشغف في هذا المشروع.

مقدمة

إن الاقتصاد حاليًّا في حالة يرثى لها، ووظيفتك في خطر، هذا إذا كان لا يزال لديك وظيفة من الأساس. هل أخبرك بشيء؟ لقد مللت من تكرار هذا الكلام منذ عدة سنوات.

وقد تطلب الأمر حدوث انهيار اقتصادي عالمي حتى تدرك الغالبية صحة هذا الكلام، ولكنَّ هذا الكتاب لا يتناول كيفية تدهور الأوضاع الاقتصادية، ولا السبب في حدوث ذلك، وإنما يهتم بالكيفية التي تتحول بها مثل هذه الأخبار، لتبدو أخبارًا سارة جدًّا، لكن هذا لن يحدث إلا إذا كنت تعرف كيف تتعامل معها.

لقد تعلمت شئون التجارة والأعمال على يد شخصين: أولهما والدي الذي تلقى مستوى جيدًا جدًّا من التعليم، وكان موظفًا حكوميًّا عالي المستوى، وثانيهما

أفضل صديق لوالدي، الذي انقطع عن التعليم، عندما كان في الصف الثامن، ليصبح مليونيرًا عصاميًّا، وفي حين عانى والدي من المشكلات المالية طوال حياته،

ومات وليس لديه إلا القليل جدًّا مما جناه في تلك السنوات الطويلة التي قضاها في العمل، أصبح صديق والدي المفضل أحد أغنى الرجال في هاواي.

كنت أعد هذين الشخصين كأنهما "والدي الفقير " و

"والدي الغني". كنت أحب والدي الحقيقي كثيرًا وكنت معجبًا به، وقررت أن أساعد أكبر عدد ممكن من

الأشخاص ليتجنبوا المرور بتلك المعاناة من الإهانات والإخفاقات التي عاقت طريق والدي.

بعد أن غادرت المنزل، خضت جميع أنواع التجارب، فخدمت في سلاح مشاة البحرية قائدًا لإحدى المروحيات في فيتنام، وتقدمت للعمل في شركة زيروكس،

وبدأت العمل وكنت حينها أسوأ موظف مبيعات لديهم، ثم تركتهم بعد أربع سنوات، وأنا أفضل موظف مبيعات. وبعد الاستقالة من زيروكس، طورت عددًا من

الشركات العالمية التي تفوق قيمتها المليون دولار، وأصبحت مستعدًّا للتقاعد في عمر ال ٤٧ لمواصلة شغفي في تعليم الآخرين كيفية تكوين الثروة، وعيش الحياة

التي يحلمون بها، بدلًا من الاستسلام للاستقالة الرتيبة والكئيبة.

وفي عام ١٩٩٧، كتبتُ عن تجاربي وخبراتي في كتاب صغير، ولكن لابد أنني لمست وترًا حساسًا عند القليل من القراء على الأقل، حيث تصدَّر هذا الكتاب، وهو الأب

الغني والأب الفقير * قائمة الكتب الأكثر مبيعًا وفقًا لجريدة نيويورك تايمز ، وتربع على القمة لأكثر من أربع سنوات، ووُصف بأنه "كتاب الأعمال الأفضل مبيعًا

على الإطلاق".

ومنذ ذلك الحين، نشرت سلسلة كاملة من كتب Rich Dad ، وعلى الرغم من أن كل كتاب من هذه السلسلة

كان يركز على موضوع مختلف تمامًا، فإن جميعها تعرض الرسالة نفسها المتضمنة في الكتاب الأول، التي ستجدها في جوهر الكتاب الذي بين يديك: تولَّ مسئولية تدبير مواردك المالية، وإلا فلتعتد على تلقي الأوامر حتى نهاية حياتك؛ فإنك إما أن تتحكم في المال، أو ت دعه يتحكم فيك . الأمر يرجع إلى اختيارك .

لقد كنت محظوظًا في حياتي بشكل لا يصدق لحصولي على الخبرات والمعلمين الذين أوضحوا لي كيفية تكوين ثروة حقيقية. ونتيجة لذلك، صرت قادرًا على التخلي

تمامًا عن أي احتياج إلى العمل. حتى هذا الوقت، كنت أعمل لبناء مستقبل لأسرتي، وأنا الآن أعمل لمساعدتك أنت على بناء مستقبلك .

طوال السنوات العشر الماضية، كرست حياتي لإيجاد أكثر الطرق فاعلية وعملية لمساعدة الأشخاص على تحويل مسار حياتهم في القرن الحادي والعشرين عن

طريق تعليمهم كيفية بناء ثروة حقيقية. ومن خلال سلسلة كتب Rich Dad ، كتبت أنا وشركائي عن كثير من الأنواع والأنماط المختلفة للمشروعات

والاستثمارات، ولكن خلال تلك السنوات من البحث المكثف، صادفت نموذج عمل على وجه التحديد، أعتقد أنه يحمل أروع أمل لأكبر عدد من الأشخاص

ليتمكنوا من إحكام السيطرة على حياتهم المالية ومستقبلهم وأحلامهم.

أود إخبارك بأمر آخر، عندما أقول ثروة حقيقية ، فأنا لا أتحدث عن المال فحسب؛ لأن المال جزء من الثروة، ولكنه ليس هو الثروة بأكملها؛ حيث يدور بناء ثروة

حقيقية حول الشخص الذي يبني، تمامًا كما يدور حول البناء نفسه.

في هذا الكتاب، سأعرض لك لماذا تحتاج إلى تأسيس مشروع خاص بك، وسأوضح لك أيضًا نوع المشروع بالضبط. إن هذا الأمر لا يتعلق بتغيير نوع عملك فحسب،

ولكنه يتعلق أيضًا بتغييرك أنت. أستطيع أن أخبرك بكيفية إيجاد ما تحتاج إليه لبناء مشروع ممتاز خاص بك. ولكن عليك أن تنمو أنت أيضًا؛ لتنمية مشروعك.

أهلًا بك في عالم أعمال القرن الحادي والعشرين.

*** متوافر لدى مكتبة جرير**

مقدمة

الجزء الأول

تحكم في مستقبلك لماذا تحتاج إلى تأسيس مشروعك الخاص؟

الفصل الأول

تغيرت القواعد

نحن نعيش أوقاتًا عصيبة، فقد طالعنا على مدار السنوات القليلة الماضية عرضًا مستمرًّا من الخوف والرعب في العناوين الرئيسية، وقاعات الاجتماعات، والمنازل

في جميع أنحاء أمريكا. وألفنا مصطلحات مثل العولمة، والاستعانة بالعمالة من الخارج، وتقليص العمالة، وحبس الرهن، والرهون العقارية، ومبادلة مخاطر

الائتمان، وعمليات الاحتيال الاستثماري، وإخفاقات وول

ستريت الشديدة، والركود الاقتصادي ... إنها مجرد مقتطفات من الأخبار السيئة التي تتابعت الواحد تلو الآخر.

وخلال الأشهر القليلة الأولى من عام ٢٠٠٩ بلغت حالات تسريح العاملين في الشركات الأمريكية حوالي ربع مليون عامل شهريًّا. وفي الوقت الذي أقوم فيه بتأليف هذا الكتاب، في أواخر عام ٢٠٠٩، وصلت معدلات البطالة إلى ١٠.٢٪ ولا تزال في ارتفاع، بينما أصبح وضع البطالة المقنعة (حيث لا تزال تحتفظ بوظيفتك ولكن مع خفض هائل في ساعات العمل والأجر) أسوأ من ذلك، وصار التراجع المنتشر في فرص الوظائف المربحة وباءً مدمرًا لم ينجُ منه إلا القليل جدًّا. أصبح الجميع في خطر، بدءًا من المديرين التنفيذيين والمديرين في الدرجة الوسطى إلى الموظفين الإداريين وطبقة العمال، ومن المصرفيين إلى موظفي الصرافة، وحتى قطاع الرعاية الصحية الذي كان يعد منطقة آمنة حتى فترة قريبة، يسرح أعدادًا كبيرة من القوى العاملة لديه.

> في استطلاع رأي أجرته جريدة يو. إس. إيه توداي عام ٢٠٠٩ قال ٦٠٪ من المواطنين الأمريكيين الذين شملهم الاستطلاع إنهم يرون أن الوضع الاقتصادي الحالي هو أكبر أزمة تعرضوا لها طوال حياتهم.

في خريف عام ٢٠٠٨، انخفضت قيمة العديد من حسابات التقاعد الفردية فجأة إلى النصف، أو أكثر من ذلك، وانهار قطاع العقارات، وتبخرت جميع الأصول، التي اعتقد الناس أنها ثابتة وموثوقة، في الهواء، واختفى

الأمن الوظيفي، وأصبح شيئًا مندثرًا. وفي استطلاع رأي أجرته جريدة يو. إس. إيه توداي ، قال ٦٠٪ من
الأمريكيين الذين شملهم الاستطلاع إنهم يرون أن الوضع الاقتصادي الحالي هو أكبر أزمة تعرضوا لها
طوال حياتهم.

إنك تعلم كل ذلك بالطبع، ولكن إليك الأمرَ الذي ربما كنت تجهله: كل تلك الأخبار لم تكن غير متوقعة ، ولكن بالطبع احتاج البعض إلى التعرض لكارثة
اقتصادية كبرى ليبدأوا في إدراك حقيقة أن سبل معيشتهم في خطر، ولكنَّ دخلك لم يتعرض لهذا الخطر بين عشية وضحاها، فدائمًا ما كان معرضًا للخطر.

منذ سنوات وسكان الولايات المتحدة يعيشون على شفا كارثة؛ حيث يصارعون بين الوفاء بالتزاماتهم والتعرض للإفلاس، معتمدين على راتب أو أكثر لتغطية
نفقات كل شهر، وبالتالي لا يتمكنون من توفير سوى جزء بسيط جدًّا من المدخرات النقدية، أو لا يتمكنون من توفير أية مبالغ نقدية للادخار على الإطلاق. ويعرف
هذا الراتب ب "مقايضة وقتك مقابل المال"، وخلال فترة الركود يصبح هذا الراتب هو مصدر الدخل المتاح الأقل موثوقية. لماذا؟ لأنه عندما يبدأ عدد العاملين في
الانخفاض يقل حتمًا الدخل المتاح في دورة الدفع مقابل وقتك.

لقد أخبرتك بهذا من قبل

لا أرغب في تأنيبك، لكنني ... أخبرتك بهذا الأمر من قبل .

قلت هذا مرارًا وتكرارًا عدة سنوات: لم يعد هناك شيء يدعى وظيفة آمنة ومضمونة؛ فقد أصبحت الشركات

الأمريكية الكبرى أشبه بالديناصورات التي تترنح على حافة الانقراض، والطريقة الوحيدة لتأمين مستقبلك حقًا هي التحكم فيه.

وهذا ما كتبته عام ٢٠٠١ في كتاب بعنوان The Business School For People Who Like Helping People : في رأيي أن الولايات المتحدة الأمريكية وكثيرًا من الدول الغربية على وشك التعرض لكارثة اقتصادية ناجمة عن فشل نظامنا التعليمي في توفير برنامج تعليم مالي واقعي للطلاب.

وفي العام نفسه قلت في مقابلة لحساب شركة نايتنجيل كونانت للتنمية الشخصية:

إذا كنت تعتقد أن صناديق الاستثمار ستنصفك، وإذا أردت أن تخاطر وتعتمد علي تقلبات سوق الأوراق المالية، فاعلم أنك تخاطر بأموال تقاعدك. ماذا يحدث إذا ارتفعت سوق الأوراق المالية، ثم انهارت مرة أخرى وأنت في سن ال ٨٥؟ لن تكون لديك أية سيطرة على الوضع. لا أقول إن صناديق الاستثمار سيئة، ولكنني أقول

إنها ليست آمنة، ولا ذكية، ولن أراهن أبدًا بمستقبلي المالي عليها.

لم يحدث أبدًا في التاريخ أن يستثمر الناس بأموال تقاعدهم على سوق الأوراق المالية. هذا ضرب من الجنون. هل تعتقد أن الضمان الاجتماعي سيقدم لك الدعم الذي تحتاج إليه؟ إذن لابد أنك تؤمن بخرافات.

وكما قلت في مقابلة أجريتها في شهر مارس عام

٢٠٠٥:

نقطة القوة الأولى في الأصول الورقية هي سيولتها، وهي نقطة الضعف الأولى فيها أيضًا. جميعنا يعرف أنه سيحدث انهيار اقتصادي آخر، ويدمرنا مرة أخرى.

فلماذا تفعل ذلك؟

إذن، ما الذي حدث للتو؟ لقد وقع انهيار اقتصادي مرة أخرى، وأدى إلى تدمير كثير من الناس. لماذا حدث ذلك؟ لأن عاداتنا وعقلياتنا ألحقت بنا الضرر.

في عام ١٩٧١ انحرف الاقتصاد الأمريكي عن قاعدة الذهب، وبالمناسبة فقد حدث هذا الأمر دون موافقة الكونجرس، ولكنَّ الشيء المهم هو أنه حدث. لماذا يعد هذا

الأمر ذا أهمية؟ لأنه سمح لنا بالبدء في طباعة مزيد ومزيد من المال، بقدر ما نريد، دون التقيد بأي قيمة فعلية صلبة وحقيقية.

هذا التحول البعيد عن الواقع فتح الأبواب أمام أكبر طفرة اقتصادية في التاريخ؛ فعلى مدى العقود الثلاثة والنصف التالية انفجرت الطبقة الوسطى الأمريكية.

وبانخفاض قيمة الدولار، وتضخم القيم العقارية المسجلة وغيرها من الأصول، أصبح الناس العاديون أصحاب ملايين. وأصبح الائتمان فجأة متاحًا لأي شخص في

أي وقت وأي مكان، وبدأت بطاقات الائتمان في الانتشار سريعًا كالنار في الهشيم. ولسداد تلك البطاقات الائتمانية بدأ الأمريكيون في استخدام منازلهم كأجهزة

صرف آلي، وإعادة التمويل والاقتراض، ثم الاقتراض

وإعادة التمويل.

ففي النهاية ترتفع دائمًا قيمة العقارات، أليس كذلك؟

هذا خطأ؛ فبحلول عام ٢٠٠٧، كنا قد انتهينا من ضخ كثير من الهواء الساخن داخل هذا البالون المالي على آخر طاقته، حتى انهار الوهم واصطدم بالأرض مرة

أخرى. لم ينهر فقط بنك ليمان براذرز وبير ستيرنز، بل خسر الملايين حسابات تقاعدهم، ومعاشاتهم التقاعدية، ووظائفهم.

> أصبح عدد الأشخاص الذين يعيشون تحت خط الفقر رسميًّا في تزايد سريع، كما أن عدد الأشخاص الذين يعملون بعد سن الـ ٦٥ في تزايد أيضًا.

في خمسينيات القرن الماضي، عندما كانت شركة جنرال موتورز هي الأقوى في أمريكا، أخذت الصحافة جملة قالها رئيس الشركة وحولتها إلى شعار تم ترديده عدة

سنوات: "أينما تذهب جنرال موتورز، يذهب اقتصاد الأمة كلها". حسنًا أيها الأصدقاء، قد لا تكون هذه أخبارًا سارة، لأن جنرال موتورز تعرضت للإفلاس عام

٢٠٠٩، وبحلول فصل الصيف من العام نفسه كانت كاليفو
تدفع فواتيرها بسندات الدين بدلًا من المال السائل.

وفي الوقت الحالي، نسبة الأمريكيين الذين يمتلكون منازلهم أصبحت آخذة في الانخفاض، كما وصلت حالات حبس الرهن العقاري إلى معدلات قياسية، وراحت

أعداد أسر الطبقة المتوسطة في الانخفاض؛ فيما تقلصت حسابات التوفير، هذا إذا كانت موجودة من الأساس، وارتفعت ديون الأسرة. وأصبح عدد الأشخاص

الذين يعيشون تحت خط الفقر رسميًّا في تزايد سريع،

كما أن عدد الأشخاص الذين يعملون بعد سن ال ٦٥ في تزايد أيضًا. وتجاوز عدد حالات الإفلاس الجديدة

كل الحدود، وصار عديد من الأمريكيين لا يمتلكون ما يكفي للتقاعد، ولم يقتربوا حتى من الحد الكافي.

ألم تسترعِ كلٌّ تلك الأخبار السيئة انتباهك؟ بالطبع استرعته، وأنت لست وحدك في هذه الحال؛ فقد توقف الأمريكيون أخيرًا عن التكاسل، وبدأوا يستيقظون من

غفلتهم. هذا رائع! أنت الآن منتبه لما يحدث، ولكنَّ الحقيقة ليست سارة. لذلك دعنا نلقِ نظرة أعمق، لنرى ما يعنيه هذا الأمر فعليًّا، وما الذي يمكنك القيام به

حياله.

إنه قرن جديد

عندما كنت صغيرًا علمني والداي معادلة النجاح التي من المرجح أنك تعلمتها أنت الآخر: اذهب إلى المدرسة، واجتهد في المذاكرة، واحصل على درجات جيدة حتى

تتمكن من الحصول على وظيفة آمنة بمرتب مرتفع، وستدعمك وظيفتك بعد ذلك.

لكنَّ هذه المعادلة تصلح للعصر الصناعي، ونحن لم نعد في العصر الصناعي. لن تدعمك وظيفتك، و لن تدعمك الحكومة، ولن يدعمك أي أحد آخر . لقد بدأ

قرن جديد، وتغيرت تلك القواعد.

كان والداي متمسكين بمفاهيم الأمان الوظيفي، والمعاشات، والضمان الاجتماعي، والرعاية الصحية، ولكنَّ كل تلك الأشياء أصبحت أفكارًا مندثرة من بقايا

العصر الماضي. والأمن الوظيفي أصبح مجرد مزحة حاليًّا، وفكرة العمل في شركة واحدة مدى الحياة -

وهي فكرة مثالية دافعت عنها شركة آي. بي. إم بفخر في

أوجها - هي فكرة غير مناسبة للعصر، تمامًا كآلة الكتابة اليدوية.

واعتقد كثيرون أن خطط تقاعدهم كانت آمنة، لدرجة أنها كانت مدعومة من أسهم الشركات الكبرى وصناديق الاستثمار، فكيف يمكن أن تنهار؟ كما اتضح فيما

بعد أن كل شيء من الممكن أن ينهار. السبب في أن هذه الأفكار التي كانت مقدسة من قبل لم تعد تجلب أي نفع هو أن جميعها عفا عليها الزمن: معاشات

التقاعد والأمن الوظيفي والتقاعدي؛ جميعها أفكار تعود إلى العصر الصناعي. إننا الآن في عصر المعلومات، وبالتالي نحتاج إلى استخدام أفكار عصر المعلومات.

لحسن الحظ بدأ الناس في الإنصات والتعلم، ولكن من المؤسف أن يستغرق فهم الدرس جيدًا كل تلك المعاناة والمشقة، ولكنهم على الأقل فهموا الدرس في

النهاية. في كل مرة تمر أزمة كبيرة - مثل انهيار الشركات المعتمدة كليًّا على الإنترنت والآثار الاقتصادية في أعقاب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، والذعر المالي عام

٢٠٠٨، والركود الاقتصادي عام ٢٠٠٩ - يدرك كثير من النا
شبكات الأمان القديمة لن تصمد بعد الآن.

انتهت أسطورة الشركات، وإذا كنت قد أمضيت عدة سنوات في تسلق السلم الوظيفي فهل سبق أن توقفت لتلاحظ المشهد الذي أمامك؟ ربما تسأل، ما المشهد

الذي تقصده؟ سأقول لك إن هذا المشهد هو ظهر الموظف الذي يسبقك على السلم الوظيفي. هذا ما تتطلع إليه بالضبط. وإذا كانت هذه هي الحال الذي تريدها

لنفسك لباقي حياتك، فإن هذا الكتاب لا يصلح لك على الأرجح. ولكنك إذا سئمت وتعبت من النظر إلى ظهر شخص آخر، فاستمر في القراءة.

لا تنخدع مرة أخرى

خلال كتابتي هذه السطور، لا تزال نسب البطالة في ارتفاع. وفي الوقت الذي تقرأ فيه هذه الكلمات ربما يكون الوضع قد تغير. لا تنخدع؛ فعندما تتغير نسب

التوظيف وقيم العقارات إلى الأحسن ويتراخى الائتمان مرة أخرى؛ لأن هذا سيحدث حتمًا، لا تركن إلى الإحساس القديم نفسه بالأمان الزائف الذي تسبب في

توريطك أنت وباقي العالم في هذه الفوضى منذ البداية.

في صيف عام ٢٠٠٨ ارتفعت أسعار البنزين إلى حوالي ٤ دولارات للجالون، وانخفضت مبيعات سيارات الدفع الرباعي بشدة، وبدأ الجميع فجأة في ركوب السيارات

الصغيرة أو الهجينة. ولكن انظر ماذا حدث بعد ذلك، فبحلول عام ٢٠٠٩ انخفضت أسعار البنزين مرة أخرى إلى أقل من دولارين، وبدأ الناس في شراء سيارات

الدفع الرباعي مرة أخرى!

فيمَ تفكر؟ هل تعتقد فعليًّا أن أسعار الوقود ستظل منخفضة ومناسبة؟ ولأن أسعار البنزين منخفضة إلى أجل غير مسمى الآن، فبالتالي سيجد أصحاب

السيارات ذات استهلاك البنزين المرتفع أنه من المنطقي جدًّا القيام بشراء هذا النوع من السيارات؟ هل يمكن أن نكون حقًّا قاصري النظر لهذه الدرجة؟ (أنا أحاول

أن أكون مهذبًا؛ فقد كنت سأستخدم كلمة " أغبياء ").

لسوء الحظ فإن الإجابة هي: نعم. إننا لا ننخدع مرة واحدة فقط، بل نترك أنفسنا ننخدع مرارًا وتكرارًا. جميعنا تربينا على قصة النملة المجتهدة والجندب

الكسول، ولكنَّ الغالبية العظمى منَّا يعيشون بوجهة نظر الجندب.

لا تدع العناوين البارزة تشتت انتباهك؛ فهناك دائمًا صوت طنين أحمق يحاول أن يشتت انتباهك عن فكرة العمل الجاد لبناء حياتك. إنه مجرد ضجيج. سواء

كانت تلك العناوين تتحدث عن الإرهاب أو الركود الاقتصادي، أو فضائح دورة الانتخابات الأخيرة، كل هذا ليس له أية علاقة بالخطوات التي عليك اتخاذها حاليًّا

لبناء مستقبلك.

خلال فترة الكساد الاقتصادي الكبير، كان هناك أشخاص تمكنوا من تكوين ثروات. وخلال أعظم فترات الازدهار، كارتفاع العقارات في ثمانينيات القرن الماضي، كان

هناك الملايين والملايين من الناس الذين أهملوا أمر تولي مسئولية مستقبلهم - وهم الذين تجاهلوا كل شيء سأشاركه معكم في هذا الكتاب - وانتهى بهم الأمر، ولا

يزالون، يواجهون المصاعب، أو مفلسون.

الاقتصاد ليس هو المشكلة، لكن المشكلة هي أنت .

هل أنت غاضب من الفساد في عالم الشركات؟ أو من البورصة والبنوك الكبيرة التي تسمح بوقوع الفساد؟ أو من الحكومة التي لا تتخذ الإجراءات الكافية؟ أو

تتخذ كثيرًا من الإجراءات؟ أو تقوم بكثير من الإجراءات السيئة بدلًا من اتخاذ الإجراءات الجيدة ؟ هل أنت غاضب من نفسك لعدم تحكمك في شئونك المالية في

وقت مبكر؟

الحياة قاسية، ولكن السؤال هو: ماذا ستفعل حيال ذلك؟ والشكوى والأنين لن يؤمنا مستقبلك الاقتصادي، وكذلك لن تؤمن مستقبلك عن طريق إلقاء اللوم

على وول ستريت أو كبار المصرفيين، أو عالم الشركات الأمريكية، أو الحكومة.

فإذا أردت مستقبلًا رائعًا، فعليك أن تصنعه بنفسك. ستتمكن من تولي مسئولية مستقبلك فقط عندما تحكم سيطرتك على مصدر دخلك ؛ أي أنك بحاجة إلى

عمل تجاري خاص بك.

الفصل الثاني

الجانب المشرق

في ١٣ يوليو ٢٠٠٩ نشرت مجلة تايم مقالًا في الصفحة الثانية بعنوان "١٠ أسئلة ل"روبرت كيوساكي"". وكان أحد الأسئلة التي طُرحت عليَّ هو: "هل هناك فرص

سانحة لتأسيس شركات جديدة في ظل هذا الاقتصاد المضطرب؟".

أول عبارة خطرت على بالي كانت "هل تمازحني؟".

وكانت إجابتي عن السؤال كالتالي:

هذا هو الوقت الأمثل لتأسيس أية شركة، فرواد الأعمال الحقيقيون يظهرون عندما تسوء الأحوال، ولا يهتم رواد الأعمال بتقلبات السوق؛ لأنهم ينتجون أفضل

منتجات ويجرون أفضل عمليات تجارية في ظل هذه الأجواء. لذلك عندما يقول شخص ما: "يا إلهي! إن الفرص محدودة جدًّا الآن"؛ فهذا لأنه فاشل.

من المؤكد أنك سمعت كثيرًا من الأخبار المؤسفة عن الاقتصاد، فهل أنت مستعد لسماع الأخبار السارة؟ في الواقع فإن الأخبار المؤسفة هي الأخبار السارة نفسها.

سأخبرك بالشيء نفسه الذي قلته لمجلة تايم : إن فترة الركود الاقتصادي هي أفضل وقت لبدء مشروعك التجاري الخاص ، فعندما يتباطأ النمو الاقتصادي يزداد

الإقبال على إنشاء المشروعات التجارية الجديدة بشكل غير مسبوق.

س: ما القواسم المشتركة بين إمبراطوريتي مايكروسوفت وديزني، فضلًا عن حقيقة أنهما شركتان تجاريتان تستثمران بمليارات الدولارات وحققتا نجاحات باهرة

ولهما شهرة عالمية؟

ج: لقد أنشئت الشركتان خلال فترة ركود اقتصادي.

في الواقع، لقد بدأت أكثر من نصف الشركات المدرجة في مؤشر داو جونز الصناعي أعمالها خلال فترات ركود.

لماذا؟ الأمر بسيط: لأنه في تلك الأوقات التي يكون فيها الاقتصاد في حالة غير مستقرة، يبدأ الأشخاص في الإبداع ، فهم يخرجون من منطقة الراحة، ويتخذون

مبادرات للمساعدة في تغطية نفقاتهم. إنها مسألة متعلقة بمبدأ ريادة الأعمال الأمريكي القديم في أحسن حالاته؛ لأن الشدائد محك الرجال، وفي الشدائد لا يصمد إلا الأشداء.

فمن الأسباب أن السوق تكون متخمة بالفرص الجديدة خلال الفترات الاقتصادية الصعبة. قبل خمس سنوات، عندما ارتفعت قيمة العقارات، وأصبح الائتمان متاحًا في كل مكان، لم يعانِ أي أحد الجوع، وامتلأت بطون الجميع بالطعام، وشعر الجميع بالأمان، بينما بحث عدد قليل عن وسائل بديلة للدخل. ولم يشعر الموظفون بالقلق حيال الاستقرار المالي الذي يتمتع به أصحاب العمل، ولم يقلقوا من تعرضهم للفصل من العمل في المستقبل.

ولكن الآن بعد أن أصبح تسريح العمال ظاهرة متفشية، بدأ الجميع في الشعور بالقلق مما يخبئه المستقبل، كما بدأ ملايين الناس في إعادة تقييم أوضاعهم المالية بمزيد من الجدية والوعي، وأدركوا أنهم إذا أرادوا تحقيق مستقبل آمن يمكنهم الاعتماد عليه، عليهم أن يتوصلوا إلى خطة بديلة. ويتوق كثيرون حاليًّا إلى كسب مزيد من المال أكثر من أي وقت مضى، ولهذا أصبحوا أكثر تقبلًا وأكثر ميلًا إلى فتح عقولهم على الآفاق الجديدة.

في الواقع كان هذا التفكير صحيحًا حتى قبل الانهيار الاقتصادي الأخير. ومنذ فترة الثمانينيات من القرن العشرين خصوصًا منذ مطلع القرن العشرين، كان الدافع نحو السيطرة على مستقبلنا الاقتصادي يترسخ

بداخلنا. وهذا ما ذكرته غرفة التجارة الأمريكية في تقرير عام ٢٠٠٧ بعنوان Work ، and Entrepreneurship Opportunity in 21st Century America ، ولقد ورد في هذا التقرير أن: "الملايين من المواطنين الأمريكيين يتبنون فكرة ريادة الأعمال عن طريق إدارة

مشروعاتهم التجارية الصغيرة الخاصة بهم".

> ٧٢٪ من الأمريكيين البالغين يفضلون العمل لحساب أنفسهم بدلًا من العمل في وظيفة، و٦٧٪ يفكرون في الاستقالة من وظائفهم "بشكل منتظم" أو "باستمرار".

إنني لا أتحدث الآن بصفتي خبيرًا اقتصاديًّا، ولكنني أعرف شخصًا يدعى

" بول زين بيلتزر".

"بول" شاب نابغة، وكان أصغر نائب رئيس بمصرف سيتي بنك على الإطلاق، وترك عمله في المجال المصرفي، ليبدأ في تكوين ثروة بالملايين عن طريق إنشاء مشروعه

التجاري الخاص، وله عدد قليل من المؤلفات الأكثر مبيعًا وفقًا لجريدة نيويورك تايمز ، وتنبأ بأزمة المدخرات والقروض قبل وقوعها، وشغل منصب مستشار

اقتصادي في إدارتين رئاسيتين. إنه شخص يستحق أن نصغي إليه حين يتحدث.

ويتحدث "بول" عن تحول بمقدار ١٨٠ درجة في القيم الثقافية الخاصة بطبيعة المسارات الوظيفية؛ حيث أفسح الهيكل الوظيفي لموظف الشركة التقليدي المجال

أمام إنشاء مشروعات تجارية خاصة.

ويقول "بول": "لقد كانت الحكمة التقليدية السائدة في النصف الثاني من القرن العشرين هي الذهاب إلى المدرسة والحصول على تعليم جيد، ثم التوجه إلى العمل في شركة كبيرة. بينما كانت فكرة إنشاء مشروع تجاري خاص غالبًا ما تعد محفوفة بالمخاطر؛ ربما تبدو الفكرة مثيرة للإعجاب، ولكنها لا تزال محفوفة بالمخاطر ... وربما كانت أيضًا تتسم بالتهور قليلًا. ولكن حاليًّا أصبح العكس هو الصحيح تمامًا".

إن "بول" على حق؛ فقد أشار أيضًا تقرير غرفة التجارة الأمريكية، الذي ذكرته قبل ذلك، إلى نتائج منظمة جالوب لاستطلاعات الرأي، التي أفادت بأن ٦١ ٪ من الأمريكيين يفضلون أن يعملوا لحساب أنفسهم. وكشف استطلاع آخر، أجرته شركة ديسايفر للأبحاث في مدينة فريسنو، أن ٧٢ ٪ من جميع الأمريكيين البالغين يفضلون العمل لحساب أنفسهم بدلًا من العمل في وظيفة في أية شركة، وأن ٦٧ ٪ يفكرون في الاستقالة من وظائفهم "بشكل منتظم" أو "باستمرار".

إن الأمر لا ينطوي على كسب العيش فحسب، بل على نوعية الحياة التي تعيشها؛ فقد بدأ الناس يدركون حقيقة أنهم يريدون مزيدًا من السيطرة على حياتهم، ويريدون أن يوجدوا بشكل أكبر مع عائلاتهم، وأن يصبحوا متحكمين في أوقاتهم الخاصة، ويعملوا من المنزل ويحددوا مصائرهم. أفادت الدراسة التي أجرتها ديسايفر أن ٨٤ ٪ ممن شملهم الاستطلاع سيشعرون بحماس أكثر تجاه أعمالهم إذا كانوا يمتلكون مشروعاتهم الخاصة، والسبب الأول الذي ذكروه

لرغبتهم في

العمل لصالح أنفسهم هو "أن يشعروا بحماس أكثر تجاه حياتهم العملية".

إن الذي يحدث حاليًّا هو انهيار أسطورة القرن العشرين للأمن الوظيفي أمام أعيننا، التي تقول إن الطريق إلى حياة طويلة وسعيدة يتحقق عن طريق العثور على

وظيفة نعمل فيها لحساب شخص آخر.

أسطورة التوظيف

تعرضنا جميعًا لتغير كبير في طريقة تفكيرنا بسبب ظروفنا التي جعلتنا نفكر في أن العمل بوظيفة ما أمر طبيعي، ولكنْ بعيدًا عن كونه "أمرًا طبيعيًّا" من الناحية

التاريخية، فإن مجمل مفهوم التوظيف هو في الواقع ظاهرة حديثة نسبيًّا.

في أثناء العصر الزراعي، كان معظم الأشخاص يعملون لحسابهم الخاص؛ حقًّا كانوا مزارعين يعملون في أراضي الملك، ولكنهم لم يكونوا يتلقون أجورًا منه. بل

كان العكس هو الصحيح؛ حيث كان المزارع يدفع ضريبة للملك مقابل الحصول على حق استخدام أرضه، ولقد كسب هؤلاء المزارعون معيشتهم من كونهم

أصحاب أعمال تجارية صغيرة. كان منهم جزارون وخبازون وصانعو شمعدانات، ولقد ورثوا أعمالهم التجارية إلى أفراد عائلاتهم، وتم إطلاق أسماء حرفهم على

أسماء عائلاتهم: فتجد ألقاب عائلات من قبيل الحداد والخباز، والفلاح، والنسَّاج، والجزار.

ظل الأمر كذلك حتى دخولنا إلى العصر الصناعي، الذي

تزايد فيه مطلب جديد، وهو: الطلب على الموظفين. واستجابة لذلك أخذت الحكومة على عاتقها مهمة

التعليم الشامل متبنية النظام البروسي، وهو الذي لا تزال تسير علي غراره غالبية أنظمة المدارس الغربية في العالم حاليًّا.

هل سبق أن تساءلت من أين جاءت فكرة التقاعد عند سن ال ٦٥؟ سأخبرك من أين جاءت هذه الفكرة: لقد أتى بها "أوتو فون بسمارك"، رئيس مملكة بروسيا،

عام ١٨٨٩. ودخلت خطة "بسمارك" حيز التنفيذ فعليًّا، ولكن السن المنصوص عليها في البداية كان السبعين وليس الخامسة والستين، ولكنَّ هذا لا يُعد أمرًا

مهمًّا. لقد قطع وعدًا للمواطنين بالحصول على معاش مضمون بعد سن ال ٦٥، ولم يكن هذا الأمر ليمثل خطرًا اقتصاديًّا على حكومة "بسمارك": ففي ذلك

الوقت كان متوسط العمر المتوقع للبروسيين حوالي

٤٥ عامًا. أما حاليًّا فهناك العديد ممن يعيشون بصحة جيد حتى سن الثمانين والتسعين، لدرجة أن مثل هذا الوعد من شأنه أن يؤدي إلى إفلاس الحكومة

الاتحادية خلال الجيل المقبل.

وعندما تبحث في الفلسفة الكامنة وراء التعليم البروسي، سوف تجد أن الغرض منه كان تخريج دفعات من الجنود والموظفين، الذين يتبعون الأوامر ويفعلون ما

يؤمرون به. فلقد تم وضع النظام البروسي فقط لتخريج عدد كبير من الموظفين.

وفي فترة الستينيات والسبعينيات من القرن المنصرم، جعلت الشركات الأمريكية كشركة آي. بي. إم "التوظيف

مدى الحياة" هو المعيار الذهبي للأمن الوظيفي.

ولكن وصل معدل التوظيف في آي. بي. إم إلى ذروته عام ١٩٨٥، وأصبح المفهوم الشامل عن الوظائف المستقرة والجديرة بالثقة في الشركات في انحدار منذ ذلك

الوقت.

"أينما تذهب جنرال موتورز، يذهب اقتصاد الأمة كلها ...".

الآن وبعد مرور نصف قرن نجد أن الأمور لا تسير على ما يرام مع شركة جنرال موتورز. هل هذا يعني أن أمريكا محكوم عليها بالفشل؟ لا، ولكن المحكوم عليه

بالفشل هو تلك الأسطورة: أسطورة الأمن الوظيفي وخطة الأربعين عامًا.

هوس ريادة الأعمال

أنا لا أقول إن التوظيف شيء سيئ، ولكنني فقط أقول إنه ليس سوى إحدى الطرق لتحقيق الدخل، وهي طريقة محدودة للغاية. وبدأ كثيرون ينتبهون إلى هذه

الحقيقة في الوقت الحالي. إن هؤلاء الأشخاص - بمن فيهم أنت - يدركون أن السبيل الوحيدة للحصول على ما يريدونه حقًّا من الحياة هو وضع أقدامهم على

طريق إنشاء مشروعات تجارية خاصة.

وبالمناسبة، لست أنا الشخص الوحيد الذي يعتقد ذلك. ربما تكون سمعت أو لم تسمع عن "محمد يونس" مؤلف كتاب Banker to the Poor ، ولكن لجنة

نوبل في أوسلو، النرويج، سمعت عنه ، ومنحته جائزة نوبل للسلام عام ٢٠٠٦ على فكرته، وهي منح القروض الصغيرة لرواد الأعمال في دول العالم الثالث. يقول

"يونس": "إن الناس جميعًا أصحاب مشروعات، ولكنَّ كثيرًا منهم لا يحظى بفرصة اكتشاف ذلك".

> لقد وصل الهوس بإنشاء المشروعات التجارية الخاصة إلى ذروته؛ فعندما يتباطأ النمو الاقتصادي، يزداد هوس الأشخاص بإنشاء أعمال تجارية خاصة، وفي الواقع يزدهر أصحاب المشروعات في أوقات الركود.

لقد قال "يونس" هذا الكلام قبل أن يبدأ الاقتصاد في الانهيار عامي ٢٠٠٧ و٢٠٠٨. وفي أعقاب جميع الأخبار المالية المؤسفة، بدأ الكثير من الأشخاص في السعي جديًّا

إلى اغتنام الفرصة والقيام بما يتحدث عنه "يونس" بالضبط.

لقد وصل الهوس بإنشاء المشروعات التجارية الخاصة إلى ذروته؛ فعندما يتباطأ النمو الاقتصادي، يزداد هوس الأشخاص بإنشاء المشروعات، وفي الواقع يزدهر

أصحاب المشروعات في أوقات الركود؛ حيث يبدأ الأشخاص في الأوقات المضطربة في البحث عن سبل تحقيق الدخل. وعندما نعلم أننا لا نستطيع الاعتماد على

أصحاب العمل، نبدأ في البحث داخل أنفسنا، ونبدأ في التفكير في أنه ربما حان الوقت لنخرج من منطقة الراحة ونتحلى بالإبداع للمساعدة في تغطية نفقاتنا.

وكشف استطلاع بنك الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي أن متوسط القيمة المنزلية الصافية لأصحاب الأعمال تبلغ خمسة أضعاف الموظفين التقليديين. وهذا يعني أن

أصحاب الأعمال التجارية هم الأكثر احتمالًا بخمس مرات

للخروج من هذه الأزمة سالمين وأن يصبحوا أقوى من ذي قبل؛ ذلك لأنهم أنشأوا اقتصادًا قويًّا خاصًّا

بهم.

وأوضحت دراسة حديثة أن غالبية الناخبين الأمريكيين يرون أن إنشاء مشروعات تجارية خاصة هو السبيل الرئيسي لحل الأزمة الاقتصادية الحالية. قال المدير

التنفيذي لمركز الاستطلاع: "أثبت التاريخ مرارًا وتكرارًا أن تكوين الشركات الجديدة، وإنشاء المشروعات التجارية هما السبيل إلى دعم الاقتصاد المتدهور".

وهذه حقيقة.

ربما أن "غالبية الناخبين الأمريكيين" الذين يقولون إنهم يصدقون هذا الأمر، قد بدأوا في التحرك من أماكنهم والقيام بشيء ما حيال أوضاعهم. قد يكون هذا الأمر

ممكنًا، على الرغم من أنني لا أتوقع حدوث ذلك في القريب العاجل. ولكن في الوقت الحالي الاقتصاد المتدهور الذي أطمح في رؤيته في ازدهار هو الاقتصاد الخاص

بك أنت .

قد يرى كثيرون أن تلك الأوقات الاقتصادية التي نمر بها هي أوقات عصيبة، ولكنَّ بعض أصحاب الأعمال - وهم ذوو العقول المتفتحة بما يكفي لفهم ما سأشرحه

في الفصول القليلة التالية - يعلمون أن هذا الوقت زاخر بالإمكانات الاقتصادية. ليس فقط إن الوقت الحالي ليس هو الوقت المناسب لبدء مشروعك التجاري

فحسب، بل ليس هناك وقت أنسب منه حاليًّا! فابدأ اليوم.

وكما قلت من قبل إن الشدائد محك الرجال، وفي الشدائد لا يصمد إلا الأشداء. وإذا كان هذا صحيحًا - وهو بالتأكيد صحيح - فنحن أمام سؤالين: الأول: هل أنت مستعد لتكون من الأشداء؟

إذا كان الجواب "نعم"، فإليك السؤال الثاني: ماذا ستفعل من أجل مواجهة الشدائد؟

أنا لا أستطيع إجابة السؤال الأول نيابة عنك، ولكنني أعرف بالضبط كيفية الإجابة عن السؤال الثاني. وإجابة السؤال الثاني هي محور هذا الكتاب بأكمله.

الفصل الثالث

إلى أي الفئات تنتمي؟

أنت تعمل بجد منذ عدة سنوات وترتقي في السلم الوظيفي. ربما لا تزال بالقرب من بداية السلم أو قد تكون اقتربت من القمة. إن مكانك في السلم الوظيفي لا

يهم فعليًّا، المهم هو السؤال الذي ربما نسيت أن تتوقف وتطرحه على نفسك قبل أن تبذل الوقت والجهد في التسلق: أين وُضع هذا السلم؟

وكما يشير "ستيفن آر. كوفي"، لا يهم مدى سرعتك في تسلق السلم الوظيفي أو تلك المكانة المرتفعة التي وصلت إليها، إن كل ذلك لا يمثل أية أهمية إذا كان السلم موضوعًا على الحائط الخطأ.

والغرض من هذا الفصل هو التوقف عن تسلق السلم الوظيفي برهة قصيرة، والتحقق أولًا من المكان الذي وُضع فيه هذا السلم. واكتشاف الإمكانات المتاحة

للانتقال منه، حال عدم رضاك عن مكانه.

كيف تجني ما تكتسبه من أموال؟

يفترض معظم الأشخاص أن وضعهم المالي يتحدد على أساس مقدار المال الذي يكسبونه أو مجمل ثروتهم أو مزيج بين الاثنين. ليس هناك شك في أن هذا يحمل شيئًا من الحقيقة. تُعرِّف مجلة فوربس "الشخص الغني" بأنه الشخص الذي يكسب ما يزيد على مليون دولار سنويًّا (حوالي ٨٣.٣٣٣ دولارًا شهريًّا، أو أقل بقليل من ٢٠.٠٠٠ دولار أسبوعيًّا)، وتُعرف "الشخص الفقير" بأنه الشخص الذي يكسب أقل من ٢٥.٠٠٠ دولار سنويًّا.



ولكنَّ الأمر الذي يفوق كمية المال التي تجنيها أهمية هو نوعية تلك الأموال. أو بعبارة أخرى، ليس كمية الأموال التي تجنيها هي التي تُهم فحسب، ولكنَّ الأمر الأكثر أهمية هو كيف تجني هذه الأموال، أو من أين تحصل عليها. في الحقيقة، توجد أربعة مصادر مختلفة للتدفق النقدي، يختلف كل مصدر منها تمامًا عن الآخر، ويحدد كل منها ويعرِّف نمط حياة مختلفًا جدًّا عن الآخر، بصرف النظر عن كمية المال التي تجنيها.

بعد نشر كتابي الأب الغني والأب الفقير * كتبت كتابًا شرحت فيه المصادر الأربعة المختلفة للدخل. قال كثيرون إن كتاب النموذج الرباعي للتدفقات النقدية * هو

الكتاب الأكثر أهمية الذي كتبته؛ لأنه يركز مباشرة على صميم القضايا المصيرية المعني بها الأشخاص المستعدون لإجراء تغييرات حقيقية في حياتهم.

يتناول النموذج الرباعي للتدفقات النقدية الأساليب المختلفة التي يتم الحصول على الدخل من خلالها. على سبيل المثال، يكسب الموظف المال عن طريق تولي

وظيفة ما، والقيام بعمل لصالح شخص أو شركة. في حين أن صاحب المهنة الحرة يكسب المال، إما من خلال ممارسة العمل الحر، أو من خلال إدارة مشروعه

الصغير الخاص به. أما صاحب المشروع فهو الذي يمتلك مشروعًا تجاريًّا كبيرًا (عادة ما يعمل به ٥٠٠ موظف أو أكثر) يُدر عليه المال. أما المستثمرون فيجنون الأموال

من مختلف الاستثمارات الخاصة بهم، بعبارة أخرى، المال يولد مزيدًا من المال.

E = الموظف

S = صاحب المهنة الحرة أو المشروع التجاري الصغير

B = صاحب أحد المشروعات الكبيرة

I = المستثمر

ما الفئة التي تنتمي إليها؟ أو بعبارة أخرى، ما الفئة التي تُدر عليك الجزء الأكبر

من دخلك؟

الفئة " E "

إن الغالبية العظمى منا يتعلمون ويعيشون ويتزوجون وينجبون ويغادرون تلك الحياة تمامًا وهم ما زالوا ينتمون

للفئة " E "؛ فنظامنا التعليمي وثقافتنا تُدربانا
- من المهد إلى اللحد - على كيفية العيش في تلك الفئة.

فالفلسفة السائدة في هذا العالم هي ما علمني إياها والدي الفقير - والدي الحقيقي -، وربما ما تعلمته أنت أيضًا طوال نشأتك، وهي: اذهب إلى المدرسة، وذاكر

بجد، واحصل على درجات جيدة كي تحصل على وظيفة جيدة ذات امتيازات في شركة كبيرة.

الفئة " S "

انطلاقًا من رغبتنا في الحصول على مزيد من الحرية وتقرير المصير، ينزع كثيرون منا إلى الانتقال من الفئة " E " إلى الفئة " S ". تلك هي المرحلة التي يبدأ فيها

كثيرون "في الاعتماد على أنفسهم، وبدء مشروع خاص بهم" سعيًا وراء تحقيق حلم الحياة المثالية.

وتشمل الفئة " S " مجموعة متنوعة من القوة الإيرادية، فقد تبدأ هذه الفئة من جليسة الأطفال المراهقة المستقلة أو منسق الحدائق الذي بدأ حياته العملية

للتو، وصولًا إلى المحامي الخاص الذي يتقاضى أجرًا مرتفعًا أو المستشار أو المحاضر.

ولكن سواء كنت تكسب ٨ دولارات في الساعة أو ٨٠.٠٠٠ دولار في السنة، فإن الفئة " S " ما هي إلا مجرد فقد تعتقد أنك "طردت رئيسك في العمل"، ولكن ما

حدث فعليًّا هو أنك قمت فقط بتغييره. فأنت لا تزال موظفًا، والفارق الوحيد هو أنك عندما تريد لوم رئيسك على مشكلاتك، فستكون أنت هذا الرئيس، وعليك

حينها أن تلوم نفسك.

ويمكن أن تكون الفئة " S " من الفئات الصعبة التي يصعب التعايش في ظلها؛ حيث تتعرض لمضايقات من الجميع في هذه الفئة. تجد أن الحكومة تضايقك؛

حيث تقضي يومًا كاملًا كل أسبوع في إدارة ضرائبك. كما يضايقك موظفوك وكذلك عملاؤك وأسرتك أيضًا؛ لأنك لا تأخذ أي إجازات. وكيف ستأخذ إجازات؟ فإنك

لو فعلت ذلك ستفقد قوتك في السوق. أنت لا تتمتع بأي وقت فراغ، وإذا أخذت إجازة، فلن يدر مشروعك التجاري الربح المطلوب.

يمكننا أن نقول بطريقة واقعية للغاية إن الوجود في الفئة " S " يُعد بمثابة العبودية: إنك لا تمتلك مشروعًا تجاريًّا، بل مشروعك التجاري هو الذي يمتلكك.

الفئة " B "

إن الفئة " B " هي الفئة التي يبدأ المنتمون إليها في تأسيس مشروعات تجارية كبيرة. والفرق بين تأسيس مشروع تجاري في الفئة " S " ومشروع تجاري في الفئة " B

" هو أنك إذا كنت في الفئة " S " فسوف تخدم أنت مشروعك، لكن إذا كنت في الفئة " B "، فإن مشروعك هو الذي سيخدمك.

لديَّ كثير من مشروعات الفئة " B "، مثل: شركة التصنيع، وشركة العقارات، وشركات التعدين، وغيرها.

وأولئك الذين ينتمون إلى الفئة " B " ويعملون بها، يجعلون أنفسهم في مأمن من الركود الاقتصادي؛ لأنهم يتحكمون في مصدر دخلهم الخاص.

الفئة " I "

ليس الأمر صعبًا على الإطلاق، فقد علمني والدي الغني أن أنتمي إلى الفئة " I "، وأتعايش معها عن طريق لعب المونوبولي (بنك الحظ)، ونحن جميعًا نعرف

كيفية القيام بذلك: أربعة منازل خضراء، فندق أحمر واحد ... أربعة منازل خضراء، فندق أحمر واحد.

تغيير الوظيفة لا يعني تغيير الفئة

دعني الآن أشرح لك سبب أهمية فهم تلك الفئات المختلفة. كم مرة سمعت أحدهم يشكو من وظيفته؟ ثم يقرر إجراء تغيير، لتنتهي به الحال بعد بضع سنوات

أخرى، وهو يردد الشكاوى القديمة نفسها؟ ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

أظل أجتهد وأجتهد في العمل، ولا أحرز أي تقدم.

في كل مرة أحصل على علاوة، تلتهمها الضرائب والنفقات المرتفعة.

أنا أفضل أن أعمل (اختر المهنة التي تريدها)، ولكنني لا أستطيع أن أتحمل عناء الدراسة مرة أخرى وتعلم مهنة جديدة في هذه المرحلة من حياتي.

هذا العمل بغيض! ورئيسي في العمل بغيض! الحياة بأكملها متعبة! (إلخ).

تلك الشكاوى وغيرها تكشف جميعها عن أن هذا الشخص يشعر بأنه حبيس - ليس حبيسًا في وظيفة معينة فقط، ولكنه حبيس في فئة كاملة - والمشكلة التي

يقع فيها الأشخاص معظم الوقت هي أنهم عندما يتولون زمام المبادرة لإجراء تغيير حقيقي في حياتهم، فإن كل ما يقومون به فقط هو تغيير وظائفهم. ولكن ما

عليهم القيام به هو تغيير الفئة التي ينتمون إليها.

> الخروج من دائرة الوظائف التقليدية، وخلق مصدر دخل خاص بك، يضعك في موقف أفضل لمواجهة الظروف الاقتصادية العصيبة؛ لأنك ببساطة لم تعد معتمدًا على رئيسك في العمل ولا على الأوضاع الاقتصادية في تحديد دخلك السنوي الخاص بك، بل أنت الآن من يحدد ذلك.

ينتمي معظم الأشخاص إلى الفئة " E " والفئة " S ". هذا هو المكان الذي تربينا وتدربنا للعيش فيه. "احصل على درجات جيدة لتحصل على وظيفة جيدة". ولكنَّ

الدرجات التي حصلنا عليها ليست ذات أهمية إذا كنا ننتمي للفئة " B "؛ حيث لن يطلب منك الموظف الذي يعمل في البنك رؤية درجاتك، بل يريد فقط أن يرى

إقراراتك المالية.

إن الخروج من دائرة الوظائف التقليدية وخلق مصدر دخل خاص بك، يضعك في موقف أفضل لمواجهة الظروف الاقتصادية العصيبة؛ لأنك ببساطة لم تعد

معتمدًا على رئيسك في العمل، ولا على الأوضاع الاقتصادية في تحديد دخلك السنوي الخاص بك، بل أنت الآن من يحدد ذلك.

ينتمي ما لا يقل عن ٨٠٪ من السكان إلى الجانب الأيسر من الشكل الموضح في بداية الفصل؛ حيث الفئة " E " والفئة " S ". وبصورة خاصة إلى الفئة " E " التي

تعلمنا أننا سنجد فيها الأمن والاستقرار. ومن ناحية أخرى تقع الحرية على الجانب الأيمن من الشكل؛ حيث الفئة " B " والفئة " I ". وإذا أردت أن تعيش على

هذا الجانب، فبمقدورك تحقيق هذا. أما إذا أردت الأمان النسبي الذي يوفره الجانب الأيسر فربما ما سأطرحه

في هذا الكتاب لا يناسبك. هذا هو القرار الوحيد الذي عليك اتخاذه.
ما الفئة التي تنتمي إليها؟
وما الفئة التي تريد أن تنتمي إليها؟
*** متوافر لدى مكتبة جرير**
الفصل الثالث

الفصل الرابع

قيمك المالية الأساسية

لا تمثل تلك الفئات الأربع مجرد أربعة هياكل للأعمال التجارية، بل على الأحرى أربع طرق مختلفة للتفكير . والفئة التي تختار الوجود فيها لتحقيق الربح ليست

لها علاقة قوية بظروفك الخارجية، مثل التعليم والتدريب الذي تلقيته وأوضاعك الاقتصادية، وكل ما يبدو أنه فرص متاحة من حولك، ولكن تربطها علاقة قوية

بصميم شخصيتك، مثل نقاط قوتك وضعفك، واهتماماتك المركزية.

إن الأمر يتعلق بقيمك المالية الأساسية ، تلك الاختلافات الأساسية هي التي تجذبنا إلى الانضمام إلى فئة من تلك الفئات الأربع أو تنفرنا منها.

ومن المهم إدراك هذا الأمر؛ لأنه يعني أن التحول من الفئة " E " أو الفئة " S " إلى الفئة " B "، ليس أمرًا بسيطًا كملء استمارة تغيير العنوان في مكتب البريد.

فأنت لا تغير عملك فقط، ولكنك في الواقع تغير أيضًا شخصيتك أو طريقة تفكيرك على الأقل.

قد يفضل بعض الأشخاص العمل كموظفين، بينما يكره ذلك آخرون، وربما يفضل البعض امتلاك المشروعات التجارية، ولكنهم لا يفضلون إدارتها. وكذلك

يفضل بعض الأشخاص الاستثمار، بينما لا يرى الآخرون الاستثمار إلا مخاطرة قد ينتج عنها خسارة المال. والغالبية العظمى منا مزيج من تلك الشخصيات. ومن

المهم أيضًا ملاحظة أنه من الممكن أن تكون غنيًّا أو فقيرًا في أية فئة من هذه الفئات الأربع؛ حيث نجد في كل فئة من هذه الفئات الأربع أن هناك أشخاصًا يكسبون

الملايين وآخرين يفلسون. ولكن اختيار الانضمام إلى أية فئة من هذه الفئات الأربع لا يضمن بالضرورة النجاح المالي.

تستطيع تمييز الفئة التي ينتمي إليها أي شخص عن طريق الاستماع إلى كلماته. فعندما كان عمري ٩ سنوات بدأت أجلس مع والدي الغني، وهو يعقد مقابلات

مع الأشخاص المحتمل توظيفهم. وتعلمت من تلك المقابلات الاستماع إلى القيم الأساسية لدى هؤلاء الأشخاص، تلك القيم التي كان يقول والدي الغني عنها إنها

تنبع من أرواحهم.

وإليك بعضَ العبارات الأساسية التي تنبثق من كل فئة من هذه الفئات الأربع، فضلًا عن لمحة من القيم الأساسية لكل منها.



قيم الفئة " E "

"أنا أبحث عن وظيفة آمنة ومستقرة براتب جيد وامتيازات رائعة".

إن القيمة الأساسية عند الأشخاص الذين ينتمون لفئة الموظفين هي الأمان.

ربما تكون نائب رئيس الشركة وتتقاضى أعلى راتب، ولكنك لا تزال تتشارك في القيم الأساسية نفسها مع حارس مبنى الشركة الذي يتقاضى عُشر راتبك. إن الشخص الذي ينتمي إلى فئة الموظفين - سواء أكان رئيسًا أو حارسًا - عادة ما يردد عبارات، مثل: "أنا أبحث عن وظيفة آمنة ومستقرة ذات امتيازات"، أو "ما المقابل المالي الذي نحصل عليه مقابل العمل لأوقات إضافية؟" أو "كم عدد الإجازات مدفوعة الأجر لدينا؟".

عندما أتحدث مع شخص ما ينتمي لهذه الفئة، وأعبر له عن مدى رغبتي في إنشاء مشروع تجاري خاص بي، قد يقول: "حسنًا، ولكن أليس هذا الأمر محفوفًا بالمخاطر؟". جميعنا نرى الحياة وفقًا لقيمنا الأساسية، والأمر المثير بالنسبة إليَّ قد يكون مخيفًا بالنسبة إلى شخص آخر. ولهذا السبب عندما أكون في صحبة أشخاص ينتمون إلى الفئة " E "، أو إلى الفئة " S "، فإنني أتحدث عادة عن الطقس أو الرياضة أو أي شيء يُعرض

على التلفاز.

قيم الفئة " S "

"إذا أردت القيام بشيء ما بشكل صحيح، فلتفعله بنفسك".

إن الاستقلالية هي القيمة الأساسية بالنسبة إلى الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " S ". فهم يريدون أن يشعروا بالحرية في أن يتمكنوا من القيام بأي عمل يحلو

لهم. فعندما يقول شخص ما: "سأستقيل من وظيفتي، وأشرع في إنشاء مشروع خاص بي"، فإنه يخرج من مسار الفئة " E " إلى الفئة " S ".

والأشخاص الذين ينتمون للفئة " S " هم أصحاب المشروعات التجارية الصغيرة، والمختصون والاستشاريون. على سبيل المثال، لديَّ صديق يقوم بتركيب أجهزة

التلفاز ذات الشاشات الكبيرة، وتنصيب أنظمة الهواتف وأنظمة الأمن في منازل الأثرياء. ولديه فريق عمل يتكون من ثلاثة أشخاص، ويشعر بالسعادة لكونه رئيسًا

لثلاثة أشخاص فقط. وهو صاحب مشروع صغير مجتهد وجاد. كما ينتمي العاملون بالمبيعات الذين يعملون بالعمولة إلى الفئة " S "، مثل سماسرة العقارات

ووسطاء التأمين. كما ينتمي إلى الفئة " S " أيضًا الأشخاص المهنيون، كالأطباء والمحامين والمحاسبين الذين لا ينتمون إلى شركات طبية أو قانونية أو محاسبية

كبيرة.

إن الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " S " يفتخرون بعملهم الذهني أو اليدوي. وإذا كانت لديهم أغنية تمثلهم فستكون إما Nobody Does It Better أو Way My .
ولكن وراء سعيهم نحو الاستقلال ستجد أن انعدام الثقة هو سمة من سمات منهج هذا الشخص في العمل، وهذا يعني أيضًا أنه يطبق هذا المنهج على

حياته؛ لأن الطريقة التي ننظر بها إلى أعمالنا، تكون غالبًا هي الطريقة نفسها التي ننظر بها إلى كل شيء .

ويتقاضى صاحب المهنة الحرة أجره عن طريق العمولة، أو عن طريق حساب مقدار الوقت الذي يقضيه في العمل وتحديد راتبه بناء على ذلك. على سبيل المثال، قد

تسمع صاحب المهنة الحرة يقول كلمات، مثل: "نسبة عمولتي ٦٪ من إجمالي سعر الشراء".

أو "أتقاضى ١٠٠ دولار في الساعة" أو "أتعابي تتكون من التكلفة بالإضافة إلى ١٠٪".

وكلما التقيت بشخص ينتمي إلى الفئة " E " أو إلى الفئة " S "، ممن يجدون صعوبة في التحول إلى الفئة " B "، أكتشف أن هؤلاء الأشخاص يتحلون بمهارات

تقنية أو إدارية عظيمة، ولكنهم يمتلكون القليل من المهارات القيادية. اعتاد والدي الغني على قول: "إذا كنت أنت قائد الفريق وأنت أيضًا أذكى فرد في الفريق، فإن

فريقك في ورطة". فلا يجيد الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " S " العمل في فريق، وربما يعانون قليلًا مشكلة الغرور.

ولكي تقوم بالتحول من الفئة " S " إلى الفئة " B "، فأنت بحاجة إلى تحول كبير في المهارات القيادية، وليس المهارات التقنية. وكما قلت عدة مرات من قبل إنه في

الحياة الواقعية، يعمل الطلاب المتفوقون لدى نظرائهم الفاشلين، بينما يعمل الطلاب من متوسطي المستوى في الوظائف الحكومية.

إذا سمعت نفسك من قبل تقول: "إذا أردت القيام بشيء ما بشكل صحيح، فلتفعله بنفسك"، أو إذا كنت تميل إلى التفكير بهذه الطريقة، فهذا هو الوقت

المناسب لإلقاء نظرة متفحصة على تلك الفلسفة.

قيم الفئة " B "

"أنا أبحث عن أفضل الموظفين، لينضموا إلى فريق العمل الخاص بي".

إن القيمة الأساسية لهؤلاء الذين ينتمون إلى الفئة " B " هي تكوين الثروة .

إن الأشخاص الذين يبدأون عملهم الخاص من الصفر وينشئون مشروعات عظيمة ممن ينتمون إلى الفئة " B "، غالبًا ما يكونون أشخاصًا ذوي أهداف حياتية

قوية، ويقدِّرون الفريق العظيم، والعمل الجماعي الفعال، ويريدون أن يخدموا ويعملوا مع أكبر عدد ممكن من الأشخاص.

في حين أن الشخص الذي ينتمي إلى الفئة " S " يريد أن يكون الأفضل في مجاله، يريد الشخص الذي ينتمي إلى الفئة " B " أن يبني فريق عمل مكونًا من أفضل

الأشخاص في مجالاتهم . أحاط "هنري فورد" نفسه بأشخاص أكثر منه ذكاءً. إن الأشخاص الذين ينتمون إلى

الفئة " S " يكونون غالبًا هم الأشخاص الأكثر ذكاءً، والأكثر موهبة في العمل، لكنَّ هذا الأمر لا ينطبق عادة على رجال الأعمال الذين ينتمون إلى الفئة " B ".

عندما تنتمي للفئة " B " ستتعامل عادة مع أشخاص أكثر منك ذكاءً، وأكثر خبرة، ولديهم قدرات أكثر منك. لم يتلق والدي الغني أي تعليم نظامي، ولكنني رأيته

وهو يتعامل مع المصرفيين والمحامين والمحاسبين ومستشاري الاستثمار والخبراء وكثير ممن لديهم درجات علمية متقدمة. عند جمع الأموال لمشروعاته التجارية

كان يتعامل في كثير من الأحيان مع أشخاص أكثر ثراءً منه بكثير. وإذا كان ممن يتبنون شعار "إذا أردت القيام بشيء ما بشكل صحيح، فلتفعله بنفسك"، كانت

الحال ستنتهي به إلى فشل ذريع.

عندما يتعلق الأمر بجني المال، يستطيع الشخص الذي ينتمي إلى الفئة " B " أن يترك مشروعه التجاري ويستمر في جني أرباح هذا المشروع. أما في معظم

الحالات، إذا توقف شخص ما ينتمي إلى الفئة " S " عن العمل، فسيتوقف دخله بالتبعية. ولذلك فإن السؤال الذي ربما تريد طرحه على نفسك حاليًّا هو: "إذا

توقفت عن العمل الآن فما مقدار الدخل الذي سأظل أجنيه؟" فإذا توقف الدخل في غضون ٦ أشهر أو أقل، فإن الاحتمالات هي أنك تنتمي إلى الفئة " E " أو الفئة

" S "، أما الشخص الذي ينتمي إلى الفئة " B " أو الفئة " I " فإنه يستطيع أن يتوقف عن العمل عدة سنوات، ويستمر في جني الأرباح.

قيم الفئة " I "

"ما العائد الذي أجنيه من استثماري؟".

يُقدِّر الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " I " الحرية المالية كثيرًا؛ حيث يفضل المستثمر فكرة أن أمواله تعمل بدلًا منه هو.

يستثمر المستثمرون في كثير من المجالات، فقد يستثمرون في العملات الذهبية

أو العقارات أو الأعمال التجارية أو الأصول الورقية، كالأسهم والسندات وصناديق

الاستثمار المشترك.

وإذا كنت تحصل على دخل من خلال معاشك من شركة ما أو من الحكومة، وليس من خلال قدراتك الاستثمارية الشخصية، فإن هذا يعني أنك تنتمي إلى الفئة

" E ". أو بعبارة أخرى، ما زال رئيسك أو مشروعك التجاري هو من يسدد تكاليف الفترة التي قضيتها في العمل.

والكلمات التي ستسمعها من المستثمر هي كالتالي: "أنا أتلقى عائدًا بنسبة ٢٠٪ على أصولي"، أو "أرني موازنة الشركة"، أو "ما مقدار أعمال الصيانة المؤجلة

للمباني؟".

فئات مختلفة، مستثمرون مختلفون

نحتاج جميعًا إلى أن نكون مستثمرين في عالمنا الحالي، لكنَّ أنظمة الدراسة في مدارسنا لا تعلمنا كثيرًا عن الاستثمار. حسنًا، أنا أعلم أن بعض المدارس تدرِّس

للطلبة كيفية اختيار الأسهم؛ لكن بالنسبة إليَّ هذا ليس استثمارًا، بل هو نوع من أنواع المضاربة.

منذ عدة سنوات أشار والدي الغني إلى أن معظم الموظفين يستثمرون في صناديق الاستثمار المشتركة والمدخرات. وقال أيضًا: "إن مجرد نجاحك في الفئة " E " أو "

S "

أو " B " لا يعني أنك ستكون بالتبعية ناجحًا في الفئة " I "، فالأطباء هم أسوأ المستثمرين غالبًا".

> إذا كنت ترغب في أن تصبح غنيًّا، فعليك أن تبذل جهدًا لتحقيق ذلك. فأنت لست بحاجة إلى وظيفة جديدة، أنت بحاجة إلى فئة جديدة.

أوضح لي والدي الغني أيضًا أن الفئات الأربع المختلفة تستثمر بطرق مختلفة. فعلى سبيل المثال، قد نسمع الشخص الذي ينتمي إلى الفئة " S " يقول: "لا أريد أن

أستثمر في العقارات؛ لأنني لا أريد تصليح دورات المياه". ويقول شخص آخر ينتمي إلى الفئة " B " يتعامل مع الاستثمار نفسه: "أريد استئجار شركة جيدة في

مجال صيانة العقارات لتصليح دورات المياه في المساء". بعبارة أخرى، سيعتقد المستثمر الذي ينتمي إلى الفئة " S " أنه مسئول عن صيانة الممتلكات بنفسه، بينما

سيستأجر المستثمر الذي ينتمي إلى الفئة " B " شركة أخرى للقيام بصيانة الممتلكات بدلًا منه. إنهم أشخاص مختلفون ذوو طرق تفكير مختلفة، وينتمون إلى فئات

مختلفة، ويمتلكون قيمًا مختلفة.

من المحتمل أنك قد اكتشفت الآن ما أقصده من كل هذا، فالأمر يتعلق بشيء بسيط جدًّا، وهو كالتالي: إذا كنت ترغب في أن تصبح غنيًّا، فعليك أن تبذل جهدًا

لتحقيق ذلك. أنت لست بحاجة إلى وظيفة جديدة، أنت بحاجة إلى الانتقال لفئة جديدة .

إذا أردت التحكم في حياتك ومصيرك، وإذا أردت الشعور بحرية حقيقية - حرية اتخاذ القرارات وإعداد جدول مواعيدك، وتخصيص وقت تقضيه مع أسرتك

وتخصيص وقت آخر لنفسك والقيام بالأنشطة التي تحبها -، وإذا أردت أن تعيش الحياة التي خلقت لأجلها - دون أي قيود، حياة يملؤها الحماس والإثارة

والإشباع -، باختصار إذا أردت أن تكون غنيًّا وتعيش في ثراء ، فقد حان الوقت لحزم أمتعتك وتمضي قدمًا نحو فئات الجانب الأيمن.

حان الوقت لترك الجانب الأيسر من النموذج الرباعي والانتقال إلى الفئة " B " والفئة " I ".

الفصل الخامس

عقلية صاحب المشروعات

بعد إنهاء دراستي الجامعية التحقت بكلية تقليدية لإد ارة الأعمال؛ لكي أحصل على ماجستير إدارة الأعمال حتى أصبح صاحب مشروع تجاري متمرس ومدعوم

بالتدريب الكافي. استمررت في الدراسة مدة تسعة أشهر قبل أن أترك الكلية، ولست بحاجة إلى قول إنني لم أحصل على ماجستير إدارة الأعمال عند مغادرتها.

وفي كثير من الأحيان تدعوني كليات إدارة الأعمال لألقي محاضرات أمام طلابها عن إنشاء المشروعات التجارية الخاصة. كنت أشعر في كثير من الأحيان بأن هذا

الأمر

مثير للسخرية.

ومن الأسئلة الشائعة التي يطرحها عليَّ الطلاب: "كيف يمكن أن أجد المستثمرين؟" و"كيف أجمع رأس المال؟" إنني أتفهم تلك الأسئلة جيدًا؛ لأنها لازمتني عندما

تركت وظيفتي التقليدية الآمنة، لأصبح صاحب مشروع. لم يكن لديَّ أي مال ولم يرغب أي أحد في أن يستثمر معي. ولم تكن كبرى شركات الاستثمار لتقوم

بمساعدتي.

إذن، ماذا كنت أقول لهؤلاء الطلاب الذين يدرسون إدارة الأعمال؟ كنت أقول لهم: "عليكم فقط القيام بالأمر. عليكم القيام به، لأنكم مضطرون إلى ذلك، وإن لم

تفعلوا فلن يكون لديكم أي عمل".

> لىس علىك أن تجمع المال لتبدأ مشروعك الخاص؛ لأنك ستجد من يمولك.
> ولكن كل ما عليك فعله هو أن تبني مشروعك الخاص!

"على الرغم من أنني اليوم أمتلك القدر الكافي من المال، فإن كل ما أقوم به الآن هو جمع المزيد من الأموال. تلك هي المهمة الأولى لدى أصحاب المشروعات. إننا

نجمع رءوس أموالنا من ثلاث مجموعات من الأشخاص، وهم: العملاء والمستثمرون والموظفون. إن هدف وظيفتك كصاحب مشروع هو أن تقنع العملاء بشراء

منتجاتك. وإذا تمكنت من الحصول على المال من العملاء مقابل شراء منتجاتك، فسيمنحك المستثمرون كثيرًا من المال. وإذا كان لديك موظفون، فمهمتك هي أن

تجعلهم ينتجون ويجنون لك على الأقل عشرة أضعاف المال الذي تدفعه لهم. إذا لم تتمكن من أن تجعل موظفيك يفعلون ذلك فسينتهي عملك، وإذا انتهى

عملك فلن تكون في حاجة إلى جمع الأموال".

ليست هذه هي الإجابة التي يتطلع إليها معظم طلاب ماجستير إدارة الأعمال؛ حيث يبحث معظمهم عن المعادلة السحرية أو الوصفة السرية أو خطة العمل

السريعة نحو الثراء. لا يبدو أن تلك هي الإجابة التي يأمل معلموهم إعطاءهم إياها أيضًا؛ لأنني لاحظتهم وهم يرتبكون عندما أقول تلك الأمور. لماذا بدا عليهم

ذلك الارتباك؟ ذلك لأنهم يعملون في مجال تدريس كيفية أن تكون صاحب مشروع تجاري، لكنَّ أغلبهم ليسوا أصحاب مشروعات تجارية؛ حيث إنهم يعملون

محاضرين ويتقاضون مرتبات ثابتة، ويطمحون إلى التثبيت في العمل.

أنا لا أقول إنك مضطر إلى جمع المال، بل إن نموذج العمل التجاري الذي سأطرحه في هذا الكتاب يشير إلى أنه ليس عليك أن تجمع المال لتأسيس مشروعك

الخاص؛ لأنك ستجد من يمولك. ولكن كل ما عليك فعله هو أن تؤسس مشروعك الخاص!

ما أقصده هو أن تعريف صاحب المشروع التجاري هو: الشخص الذي يحرك الأحداث؛ لذا عليك ترك مقعد

الراكب والسير إلى مقدمة الحافلة وتولي قيادة حياتك.

ما الذي تحتاج إليه لتكون صاحب مشروع تجاري؟

أصحاب المشروعات التجارية هم الأكثر ثراءً في هذا العالم. إننا نعرف أسماء رجال وسيدات أعمال مشاهير، مثل: "ريتشارد برانسون"، و"دونالد ترامب"، و"أوبرا وينفري"، و"ستيف جوبز"، و"روبرت مردوخ"، و"تيد تيرنر". ولكنك لن تسمع ولن أسمع أنا أيضًا عن معظم رواد الأعمال الأثرياء؛ لأنهم لا يسعون إلى جذب أضواء وسائل الإعلام، ولكنهم يعيشون حياتهم الثرية بهدوء.

غالبًا ما أسمع الأشخاص يتجادلون حول هذا السؤال: "هل يولد أصحاب المشروعات هكذا، أم أنهم يطورون مهاراتهم حتى يصبحوا رجال أعمال؟". يعتقد البعض أن من يريد أن يكون صاحب مشروع لابد أن يكون شخصًا مميزًا أو يمتلك قوة خارقة. وفي رأيي، إنشاء الأعمال التجارية الخاصة ليس بالأمر الجلل؛ حيث إن كل ما عليك فعله هو أن تضع قدمك على هذا الطريق.

دعني أعطِك مثالًا على ذلك، هناك فتاة مراهقة تسكن في الحي الذي أقطنه، تدير مشروعًا ناجحًا لتوفير جليسات للأطفال، وتوظف زملاءها في الصف الأول الثانوي للعمل لديها، وهذا يجعلها سيدة أعمال. وهناك شاب آخر يدير مشروع أعمال يدوية بعد المدرسة، مما يجعله رجل أعمال هو الآخر. معظم الأطفال لا يعرفون للخوف سبيلًا، في حين أن معظم البالغين لا يشعرون بشيء سوى الخوف.

وهناك اليوم الملايين من الذين يحلمون بالاستقالة من وظائفهم، وأن يصبحوا أصحاب أعمال ويديروا مشروعاتهم التجارية الخاصة بهم. والمشكلة هي أن هذا

الحلم هو مجرد حلم بالنسبة إلى معظمهم. إذن، السؤال الذي يطرح نفسه هو: لماذا يفشل كثيرون في تحقيق أحلامهم في أن يصبحوا أصحاب أعمال؟

لديَّ صديق يعمل مصفف شعر، وهو بارع جدًّا. كان يتحدث لسنوات عن فتح صالون تجميل خاص به، وكانت لديه خطط كبيرة، ولكنه للأسف ما زال يعمل في

صالون تجميل كبير، وعلى خلاف دائم مع المالك.

وهناك صديق آخر سئمت زوجته من العمل مضيفة طيران، فاستقالت من عملها منذ سنتين، والتحقت بمدرسة لتتعلم تصفيف الشعر. ومنذ شهر أقامت

افتتاحًا كبيرًا لصالون التجميل الخاص بها، ولقد تمكنت من جذب بعض أفضل مصففي الشعر للعمل لديها.

عندما سمع الصديق الأول عن الصالون الذي افتتحته تلك السيدة قال: "كيف تستطيع أن تفتح صالون تجميل؟ إنها ليست ماهرة ولا موهوبة ولم تتدرب في

نيويورك مثلي، بالإضافة إلى أنها لا تمتلك الخبرة. إنني أتوقع لها أن تفشل بعد سنة واحدة فقط".

ربما ستفشل فعلًا: حيث تقول الإحصاءات إن ٩٠ ٪ من المشروعات التجارية تفشل في أول خمس سنوات. ومن ناحية أخرى من المحتمل ألا تفشل. المهم هو أنها

أنشأت المشروع، لقد أدركت تأثير الشجاعة في

تشكيل حياتنا. فأنت تحتاج إلى الشجاعة لاكتشاف عبقريتك وتطويرها وإظهارها للعالم.

الفائزون في مسابقة اليانصيب الأمريكية الذين يفوزون بأكثر من ٣ ملايين دولار لكل منهم، يفلس حوالي ٨٠ ٪ منهم في غضون ثلاث سنوات. لماذا؟ لأن المال وحده

لا يجعلك ثريًّا. قد يضيف هؤلاء الأشخاص الأرقام إلى حساباتهم المصرفية، ولكن مجرد المبالغ الموجودة في هذه الحسابات لن تجعلهم أثرياء؛ حيث إنهم لا

يغيرون من طريقة تفكيرهم.

إن تفكيرك لا حدود له ، لكن ما تشعر به من شكوك ومخاوف هو ما يضع له حدودًا. قالت "آين راند"، مؤلفة كتاب Atlas Shrugged : "الثروة هي نتاج قدرة

الإنسان على التفكير". فإذا كنت مستعدًّا لتغيير حياتك، فسأعرفك على البيئة التي ستسمح لعقلك بالتفكير، وتسمح لك بأن تصبح أكثر ثراءً.

ماذا تريد أن تصبح عندما تكبر؟

عندما كنت طفلًا كان والدي الحقيقي يخبرني كثيرًا بأنني لابد أن أذهب إلى المدرسة وأحصل على درجات جيدة حتى أتمكن من الحصول على وظيفة آمنة

ومستقرة. كان يبرمجني على أن أكون من الفئة " E ". بينما كانت والدتي تحثني على أن أصبح طبيبًا أو محاميًا، وكانت تقول لي: "بهذه الطريقة ستكون لديك

دائمًا مهنة لتلجأ إليها". لقد كانت تبرمجني على أن أكون من الفئة " S "، أما والدي الغني فقد أخبرني بأنني إذا أردت أن أصبح غنيًّا فينبغي أن أمتلك مشروعًا

تجاريًّا وأكون مستثمرًّا. لقد كان يبرمجني لأكون من

الفئة " B " أو " I ".

عندما عدت من حرب فيتنام أخذت أفكر في أي نصيحة من تلك النصائح يجب عليَّ أن أستمع إليها. أنت أيضًا تواجه هذه الخيارات نفسها.

أحد الأسباب التي تريد إنشاء مشروعك التجاري بسببها هو أن تستعيد كرامتك.

لا تستخف بأهمية هذا السبب، فإن العالم مليء بالمتنمرين وأصحاب الأفكار الضيقة. وسواء كان رئيسك أو مديرك أو جارك أو حتى أحد أصدقائك من هؤلاء

الأشخاص، فأنت لا تريدهم أن يحقروا من شأنك بعد الآن. بل تريد أن تحكم السيطرة على حياتك، وتريد أن تتحلى بالشجاعة لعدم الاكتراث بأولئك المتنمرين من

حولك، وتريد أن تتمتع بحرية التفكير والتصرف بنفسك.

عقلية سائقي سيارات السباق

دعني الآن أطرح عليك السؤال مرة أخرى: إلى أي الفئات تنتمي؟ تستطيع الآن أن تفهم معنى الانتقال من فئة إلى أخرى. إن أية فئة لا تمثل هيكلًا مختلفًا فقط،

بل تمثل نهج حياة مختلفًا أيضًا.

نعم، إن الأمر متعلق بالعمل، ولكنه في الوقت نفسه غير متعلق بالعمل من الناحية الفعلية، إن العمل هو مجرد شكل خارجي. إن إعطاء مربي خيول فرصة

قيادة سيارة مازيراتي للسباق لا يعني أنه سائق سيارة سباق، إنه يحتاج إلى المهارات والتدريب، والأكثر أهمية من ذلك، إنه يحتاج إلى عقلية سائق سيارات السباق.

إن الشيء نفسه ينطبق على حياتك المالية، عليك أن

تتبنى عقلية صاحب المشروع التجاري. وتتلخص طريقة تفكيره فيما يلي: يتمتع رائد الأعمال بحق تقرير مصيره.

إنك أنت المحرك الرئيسي للأشياء، ما يعني أنه ليس عليك إلقاء اللوم على أي ظرف من الظروف أو على أي أحد سوى نفسك.

إن إحدى مزايا العمل التجاري في القرن الحادي والعشرين هي أن جميع الأعمال الأساسية للمشروع التجاري تم القيام بها نيابة عنك.

لن تضطر إلى القيام بكل شيء بنفسك من الألف إلى الياء مثلما فعلت أنا في مشروعاتي التجارية. لا، فإن إحدى مزايا العمل التجاري في القرن الحادي والعشرين هي أن جميع الأعمال الأساسية للمشروع التجاري تم القيام بها نيابة عنك، إن كل ما عليك فعله هو أن تحصل على القادة ذوي الخبرة المطوعين لنجاحك وإرشادك.

ولكن لا تقترف أي أخطاء: فإذا كان الأمر سينجح معك، عليك أن تكون أنت الشخص الذي يستطيع إنجاحه. ومن أجل تحقيق ذلك ، لابد أن تكون لديك عقلية صاحب المشروع. ولو لم تكن لديك هذه العقلية، فسيواجه مشروعك التجاري صعوبة في تحقيق النتائج بصرف النظر عن مدى جودته أو مدى براعة معلميك.

نموذج العمل الذي سنكتشفه معًا في الجزء الثاني من هذا الكتاب هو نموذج عمل مازيراتي، ولكن ستكون أنت الشخص الذي يتولى عجلة القيادة. فأولًا وقبل كل شيء، الأمر كله يتعلق بك أنت، هل أنت جاهز لتولي القيادة؟ هل تمتلك ما يتطلبه الأمر؟

الفصل السادس

حان الوقت لتولي زمام الأمور!

في عام ١٩٨٥، كنت أنا وزوجتي "كيم" مشردين. كان كلانا عاطلًا عن العمل، ولم يكن متبقيًا لدينا إلا القليل جدًّا من مدخراتنا، وكانت بطاقتا الائتمان الخاصتان

بنا مستنفدتين، وكنا نعيش في سيارة تويوتا بُنية اللون قديمة بها كراسي يمكن إرجاعها إلى الخلف استخدمناها كأسرَّة. وفي نهاية الأسبوع الذي قضيناه ونحن

ننام في سيارتنا، بدأنا في إدراك الحقيقة القاسية بشأن ما آل إليه حالنا، وما كنا نفعله وأين كنا نتجه.

بعد أن عرفت صديقتنا وضعنا البائس عرضت علينا الإقامة في غرفة في طابقها الأرضي. وعندما علم أصدقاؤنا وأسرتنا بالمحنة التي نمر بها، كان أول سؤال يُطرح

علينا دائمًا هو: "لماذا لا تحصلون على وظيفة؟". حاولنا في البداية تفسير الأمر لهم ولكننا واجهنا صعوبة في توضيح أسبابنا إلى الأشخاص الذين يطرحون الأسئلة

بنية حسنة. فعندما تتحدث مع شخص ما يُقدِّر قيمة الوظيفة، فمن الصعب أن تشرح له السبب في أنك لا تريد الحصول على وظيفة.

من حين لآخر كنا نجني قليلًا من الدولارات مقابل القيام ببعض الأعمال البسيطة والعابرة هنا وهناك. ولكننا فعلنا ذلك فقط لنوفر الطعام لأنفسنا، والوقود

لمنزلنا،

أقصد سيارتنا.

لابد أن أعترف أنه خلال لحظات الشك العميق التي انتابتني، كانت فكرة الوظيفة الآمنة والراتب الثابت تبدو مغرية بالنسبة إليَّ. ولكننا واصلنا السير، لأن الأمان الذي تكفله لنا الوظيفة، لم يكن القيمة التي نبحث عنها، وعشنا يومًا بعد يوم على حافة الهاوية المالية. وكنا نعرف أنه بإمكاننا دائمًا الحصول على وظيفة آمنة ومستقرة ذات مرتب مرتفع، فكلانا يحمل شهادة جامعية، ولدينا مهارات عمل جيدة وأخلاقيات عمل رائعة. ولكننا لم نكن نسعى وراء ذلك الأمان الذي تكفله لنا الوظيفة، بل نسعى إلى الحرية المالية.

وبحلول عام ١٩٨٩، كنا من أصحاب الملايين.

كثيرًا ما كنت أسمع كثيرًا من الأشخاص يقولون: "إنك بحاجة إلى المال حتى تجني المال". هذا هراء! حيث إن رحلتنا التي بدأناها ونحن مشردان إلى أن أصبحنا من أصحاب الملايين في أربع سنوات، ثم المواصلة إلى تحقيق الحرية المالية الحقيقية في غضون خمس سنوات أخرى لم تتطلب منا المال. لم يكن لدينا مال، لقد كنا مدينين في الواقع، ولم يعطنا أحد أية أموال طوال رحلتنا.

كما أن الأمر لا يتطلب كذلك الحصول على تعليم نظامي جيد. إن التعليم الجامعي مهم بالنسبة إلى المهن التقليدية، ولكنه ليس مهمًّا بالنسبة إلى الأشخاص الذين يسعون إلى تكوين الثروة.

إنك لا تحتاج إلى المال لتجني المال، ولا تحتاج إلى

تعليم نظامي لتتعلم كيف تحصل على الحرية المالية، إذن ما المطلوب؟ أنت بحاجة إلى حلم تسعى إلى تحقيقه،

كما أنك بحاجة إلى كثير من العزم والإرادة والاستعداد للتعلم السريع، وأن تدرك، وتنظر إلى أية فئة من فئات نموذج التدفقات النقدية تنتمي.

العمل الشاق لن يجعلك أكثر ثراءً

لدينا فكرة غريبة في ثقافتنا تقول: "إذا كنت تجتهد جدًّا في العمل، فستكون على خير ما يرام". هذا مجرد كلام فارغ! والمؤسف في هذا الأمر أن هناك كثيرًا من

الأشخاص يصدقون هذا الكلام، إنهم يصدقونه بالفعل ، حتى لو كنا جميعًا محاطين بعديد من الدلائل التي تشير إلى عكس هذا الكلام.

ما الدليل على ذلك؟ ما عليك إلا أن تنظر حولك فقط. هل تعرف أي شخص كان يجتهد كثيرًا في عمله، وانتهت به الحال إلى أن يعيش حياة أعلى بقليل - أو أقل

بقليل - من "حد الكفاف" الذي ينطوي على كثير من الإهانة والأسى؟

من المؤكد أنك تعرف أشخاصًا على هذه الشاكلة - جميعنا نعرف أشخاصًا مثل هؤلاء. فالعالم مليء بأشخاص يعملون بجد، لكنَّ أحوالهم بالقطع ليست على ما

يرام. وربما الجزء الأسوأ في هذا الأمر أن عديدًا من هؤلاء التعساء يستنتجون في النهاية أن هذا الفشل الشخصي ناتج عن خطئهم. لقد قاموا بكل الخطوات

الصحيحة، أليس كذلك؟ لكنهم لم يحققوا النجاح رغم

ذلك. وهم يقنعون أنفسهم بأنهم لم يبذلوا محاولات جادة بالقدر الكافي أو أنهم لم يحظوا بفرص كافية.

ويعتقدون أن النجاح لم يكن يومًا مقدرًا لهم.

كل هذا كلام غير منطقي، فالمشكلة هي أن أسطورة العمل الجاد ما هي إلا
مجرد أسطورة.

لا تسئ فهمي، فأنا لا أقول إن تكوين الثروة والحرية المالية لا يتطلبان العمل الجاد، إنهما يتطلبان ذلك بالفعل، فضلًا عن بذل كثير من الجهد. أتمنى ألا تكون

ساذجًا لحد تصديق هؤلاء الحمقى الذين سيخبرونك بأن لديهم طريقة سهلة أو سريعة أو غير شاقة لتكوين الثروة. لأنك إذا كنت بهذه السذاجة فيمكن أن أدلك

على وسيلة تحصل بها على قروض قصيرة الأجل، ونظام كامل من الرهون العقارية ومبادلة مخاطر الائتمان، الذي سيكون مناسبًا جدًّا لك.

حسنًا، الأمر يتطلب بذل الجهد بالفعل، ولكنَّ السؤال المهم هو: ما الذي ستجتهد
في عمله؟

أستطيع أن أقرأ أفكارك، فأنت ستقول: "فِيمَ سأجتهد؟! في جني المال بالطبع!". ولكن لن يتحقق ذلك الأمر بهذه السرعة، لأن هناك حقيقة مرة وقاسية تكمن

وراء هذا الخطأ المؤسف المرتبط بتفكيرنا الثقافي وهو:

إن الاجتهاد في جني المال لن يؤدي إلى تكوين الثروة أبدًا.

إن الأشخاص الذين يعملون بجد واجتهاد لجني المال، لا

يجنون إلا دفع مزيد ومزيد من الضرائب. لا تضع في حسبانك العمل الجاد من أجل جني المال؛ لأن كل

ما ستفعله هو إنفاقه؛ ثم تضطر إلى العمل بجد مرة أخرى.

ربما ستتساءل: "حسنًا، ماذا سأفعل؟" ما تفعله هو أنك ستتولى زمام الأمور.

ما الأمور التي ستتولى زمامها؟ بصرف النظر عن مدى محاولاتك الجادة، لن تستطيع إحكام السيطرة على كل شيء في حياتك رغم ذلك. فأنت لا تستطيع التحكم

في السوق ولا التحكم في الموظفين ولا التحكم في الاقتصاد. إذن ما الأشياء التي تستطيع التحكم فيها؟ تستطيع التحكم في مصدر دخلك.

المشكلة

لقد جمع معظم الأثرياء ثرواتهم من خلال إنشاء المشروعات التجارية. فقد أسس "بيل جيتس" شركة مايكروسوفت، وأنشأ "مايكل ديل" شركة ديل لأجهزة

الكمبيوتر في سكنه الجامعي. ومن الناحية التاريخية لا يزال هناك عدد قليل جدًّا من الأشخاص يعيشون في الفئة " B " وينتمون إليها. وتُعد الفئة " B " هي

أفضل مكان لجمع الثروة الحقيقية، ولكن في الوقت نفسه هناك بعض العوائق التي منعت كثيرين من الدخول إلى هذه الفئة.

نجد أن أحد هذه العوائق هو أن معظم الأشخاص لا يمتلكون المال اللازم لبدء مشروعاتهم التجارية. إن بدء مشروع تجاري يتكلف حاليًّا حوالي ٥ ملايين دولار.

ومن الأسباب الأخرى التي تمثل عائقًا أن بناء مشروع

تجاري خاص بك من الصفر، يعد أكثر الطرق محفوفة بالمخاطر لتحقيق الثراء؛ حيث إن معدل فشل

المشروعات الجديدة يمثل حوالي ٩٠ ٪ في أول خمس سنوات، وإذا فشل مشروعك الجديد تُرى من سيخسر ٥ ملايين دولار؟ وفي السنوات الأولى من بداية إنشائي

لمشروعاتي التجارية فشلت مرتين. وفي حين أنها لم تؤد بي أبدًا إلى الإفلاس (ولم أتلق كذلك أية إعانة حكومية لإنقاذي من هذا الموقف) فإنني تكبدت خسائر تقدر

بملايين الدولارات.

يجب عليك عندما تشرع في بناء المشروع التجاري الخاص بك أن تحرص على دفع إيجارك ومقابل استخدامك للمرافق وأية نفقات أخرى، وعليك كذلك أن تحرص

على دفع رواتب الموظفين والموردين، وإلا سيخسر مشروعك. وبالتالي خمن، من الذي لن يتلقى أي أجر؟ أنت. فعندما تبدأ مشروعًا تجاريًّا جديدًا - وأنا أتحدث عن

مشروع عمل ناجح - فمن الممكن بسهولة أن تقضي من خمس إلى عشر سنوات دون أخذ أي أجر.

هل تتذكرني أنا و"كيم" عندما كنا ننام في سيارتنا التويوتا المتهالكة؟ لم يكن الأمر مسليًا. كان بإمكاننا أن نعمل في وظيفة من شأنها تأمين منزل لنا على الفور.

ولكن على الرغم من مدى تعاسة الموقف (كان حقًّا تعيسًا للغاية) اخترنا التشرد بدلًا من التوظيف؛ وذلك لأننا كنا نؤمن بحلمنا في أن نصبح أصحاب مشروعات

تجارية، وأن نعيش في الفئة " B ".

معظم الناس ليست لديهم قدرة التحمل العقلية أو العاطفية أو الجسمانية أو المالية للتعامل مع مثل هذه الظروف. ويمكن أن يكون الموقف قاسيًا، وهو عادة ما يكون كذلك.

ماذا عن حق الامتياز؟

يقلل الحصول على حق الامتياز جزءًا كبيرًا من المخاطر التي قد تواجهك في المشروع. وترتفع فرص نجاح مشروعك بشكل كبير في حالة الحصول على حقوق الامتياز

للشركات القائمة، مثل: ماكدونالدز، وصب واي، وبهذا يكون قد تم إنجاز كثير من العمل التحضيري الخاص بمشروعك مسبقًا. لكنك لا تزال عالقًا مع المشكلة

رقم ١، وهي: عليك أن تحصل على المال. وتتراوح تكلفة شراء أحد حقوق الامتياز لشركات أو مؤسسات معروفة ما بين ١٠٠.٠٠٠ دولار إلى ١.٥ مليون دولار أو أكثر من

ذلك، وتلك هي تكلفة استخدام حقوق الامتياز فقط. ثم لا يزال عليك أن تدفع للمقر الرئيسي مقابل الحصول على التدريب والإعلانات والدعم.

وعلى الرغم من تلقي كل هذا الدعم، فليس هناك أي ضمان على تحقيق الثروة. وفي كثير من الحالات يجب أن يستمر الشخص في دفع المال لمانح الامتياز، أو

للمقرات الرئيسية حتى لو كان حق الامتياز يتعرض لخسائر مالية. وحتى لو كنت أحد الناجحين في مشروعات حقوق الامتياز، فهناك احتمال كبير ألا تجني أية

أرباح في السنوات الأولى من المشروع. وواحد من بين

كل ثلاثة مشروعات من تلك التي تحصل على حق الامتياز يكون مصيرها الفشل.

عندما كان والدي الفقير في الخمسين من عمره خاض مجازفة الترشح لانتخابات عمدة ولاية هاواي، وكان صاحب المنصب الذي ترشح أمامه هو مديره في العمل.

ولم يخسر والدي الانتخابات فقط، بل طرده رئيسه أيضًا وأخبره بألا يعمل أبدًا في هاواي مرة أخرى. فجمع والدي كل مدخراته واستخدمها في شراء حق امتياز لمؤسسة مشهورة، كان هذا أحد حقوق الامتيازات المعروف عنها أنها "لا تخسر أبدًا".

لكن حق الامتياز الذي لم يكن يخسر أبدًا مُني بخسائر فادحة، وخسر والدي كذلك. لقد خسر كل شيء في الواقع.

يعد شراء حق الامتياز فكرة رائعة من الناحية النظرية، ولكنه في الواقع نوع من أنواع المغامرة تدفع فيها ثروتك كلها فقط لتدخل إلى عالم المشروعات التجارية.

قوة الدخل السلبي

هل استخدمت من قبل صنابير المياه التي تعمل بالضغط التي تستخدمها بعض الحمامات العامة لتوفير الماء؟ فعندما تريد تشغيل الصنبور، عليك أن تستمر في الضغط عليه؛ لأنك عندما تتركه سيرتد مرة أخرى إلى وضع الإيقاف.

مصادر دخل معظم الأشخاص تعمل بطريقة تلك الصنابير نفسها: تحصل على قليل من المال وعندما تتركه، يرتد مرة أخرى كي يتوقف تدفق ذلك المال. لن تحصل أبدًا على الحرية المالية بهذه الطريقة. فما تحتاج

إليه هو صنبور تدفق للأموال تستطيع تركه بمجرد أن تقوم بتشغيله؛ لأنه سيظل يعمل من تلقاء نفسه .

تلك المسألة ليست متعلقة بالحصول على الدخل اليوم أو غدًا أو حتى الأسبوع المقبل، ولكنها متعلقة بالحصول على دخل أبدي. هذا هو الدخل السلبي ، ويُعرف

أيضًا بالدخل المتبقي : وهو الدخل الذي تستمر في الحصول عليه مرارًا وتكرارًا، لمدة طويلة حتى بعد أن تنتهي من بذل المجهود ورأس المال اللازمين لتأسيس مصدر

هذا الدخل.

إن الانتقال إلى الفئة " B " يعد خطوة قوية في هذا الاتجاه، ولكن لن تدر عليك جميع مشروعات العمل دخلًا سلبيًّا. إذا كنت تمتلك مطعمًا فستحصل على

الدخل من خلاله عندما تقوم بإعداد الوجبات وبيعها. وإذا كان مشروعك التجاري عبارة عن تصليح أجهزة التكييف، فستكسب دخلك فقط عندما تقدم هذه

الخدمة. كذلك الأطباء والمحامون الذين يتقاضون أجورًا مرتفعة يتلقون أجورهم فقط عندما يعالجون المرضى أو يقابلون العملاء. وإذا لم يحتج أحد المرضى أو

العملاء إلى استشارة طبية أو قانونية لمدة أسبوع، فسيتوقف الصنبور عن ضخ المال طوال هذا الأسبوع.

يحتاج معظم الناس إلى وسيلة لتحقيق الدخل السلبي. وعندما عرفنا ذلك الأمر قمت أنا و" دونالد ترامب" بتكوين فريق لتقييم الأنواع العديدة لهياكل

المشروعات التجارية التي تدر الدخل السلبي، ونشرنا النتائج التي توصلنا إليها في كتاب We Want You To Be

. Rich

وعلى أية حال هذا ليس مجرد عنوان لكتاب، إننا نريدك حقًّا أن تكون ثريًّا. فإن الثروة ليست مباراة محصلتها صفر، ما يعني أن ثراءك لن يؤثر في ثروتي سلبًا أو

على ثروة "دونالد" أو أي شخص آخر. إننا نعيش في عالم مذهل حافل بالموارد، وهناك ما يكفي من الطاقة والمواد والبراعة والإبداع والطموح التي تسمح لجميع

البشر على الأرض بأن يكونوا أثرياء.

إذن، ما الذي اكتشفناه؟ لقد اكتشفنا أن هناك نموذجًا لمشروع تجاري تميز عن باقي المشروعات. هذا المشروع بالتحديد يؤدي إلى الدخل السلبي، ولكنه يحتاج إلى

استثمار مبالغ قليلة نسبيًّا كي تبدأ في تأسيسه. هذا المشروع يتطلب قليلًا من النفقات العامة ويمكن تشغيله وفقًا لنظام العمل الجزئي المرن حتى يبدأ في توليد

التدفق النقدي الكافي ليتمكن صاحب المشروع من الانتقال إليه من وظيفة الدوام الكامل التي يعمل بها.

ويُدعى نموذج المشروع التجاري هذا بالتسويق الشبكي ، وهو الموضوع الذي تدور حوله باقي صفحات هذا الكتاب.

الجزء الثاني

مشروع تجاري واحد - وثمانية أصول لتكوين الثروة

ثمانية أسباب تجعل التسويق الشبكي

يؤمن مستقبلك

الفصل السابع

سنوات حياتي في عالم الأعمال

أريد أن أبدأ هذا الفصل بصراحة شديدة: لم أكن "متعمقًا" أبدًا في مجال التسويق الشبكي بشكل كبير. فأنا لست موزعًا ولا مالكًا لأي شركة تسويق شبكي، وليس

لديَّ أية مصالح مالية في أية شركة تسويق شبكي، ولا أنصح أحدًا بالانضمام إلى أية شركة محددة. ولكنني في سوق العمل كنت، دومًا وطيلة سنوات، مناصرًا

ومؤيدًا لمشروعات التسويق الشبكي بشكل عام. وأريد أن أوضح لك السبب في هذا الفصل.

أول مرة تعرفت فيها على نظام التسويق الشبكي كان في عام ١٩٧٥، عندما دعاني صديق لي لحضور عرض تقديمي خاص بالتعرف على مشروع تجاري جديد،

ولأنني اعتدت على دراسة الأعمال التجارية وفرص الاستثمار قبلت الدعوة، على الرغم من أنني اندهشت للغاية من فكرة أن الاجتماع سيُعقد في منزل خاص، بدلًا

من عقده في مكتب.

واستمعت إلى حديثه طوال ثلاث ساعات عن قيمة إنشاء مشروعك التجاري الخاص بدلًا من العمل في وظيفة، واتفقت معه في معظم النقاط التي عرضها. وفي

نهاية الأمسية سألني صديقي عن رأيي فيما سمعته. فقلت له: "إنه مثير للاهتمام ولكنه لا يناسبني".

لقد كنت منخرطًا تمامًا في عملية تأسيس مشروع تجاري خاص بي، فما حاجتي إلى تأسيس مشروع مع آخرين؟ كما أنني كنت لا أفهم أي شيء بشأن التسويق

الشبكي ، ولكنني توهمت أني أفهم مقصده، وكنت متأكدًا أنه لا يمثل أية قيمة بالنسبة إليَّ.

وبعد مرور فترة من بعد حضوري أول اجتماع عن التسويق الشبكي، ازدهر مشروع الحافظة المالية الرياضية الذي كنت قد بدأته مع اثنين من أصدقائي، وبدأت

أجني ثمار عامين من العمل الجاد؛ حيث بدأت أنا وصديقيَّ في جني النجاح والشهرة والثروة. وكنا قد تعهدنا بأن نكون من أصحاب الملايين في الثلاثين من العمر،

وحققنا هدفنا من خلال العمل الجاد والتضحية (كان هذا في سبعينيات القرن الماضي عندما كان مبلغ المليون دولار له قيمة حقيقية). وبدأت المجلات تكتب عن

شركتنا ومنتجاتنا كمجلة سيرفر، ومجلة رنرز ورلد، وجنتلمان كوارترلي . وصرنا حديث الساعة في عالم المنتجات الرياضية، وانهمرت علينا الأعمال من جميع

أنحاء العالم. لقد حققت نجاحًا باهرًا.

لم يشغل بالي أبدًا أمر مسألة التسويق الشبكي، خلال العقد التالي على الأقل.

تفتح العقل

بدأ عقلي يتفتح على مدى السنوات التالية؛ فقد فشل المشروع الناجح بعد بدايته ببضع سنوات، وكانت تجربة حلوة مريرة؛ لأنها جعلتني ألقي نظرة فاحصة على

العالم المحيط بي، وأبدأ في طرح الأسئلة. وبدأت أدرك مزيدًا من الأشياء التي علمني إياها والدي الغني، وتطورت وجهة نظري. ولم يمضِ وقت طويل قبل أن أبدأ في تأسيس المشروعات التجارية الناجحة الواحد تلو الآخر، واستمر نجاح تلك المشروعات على عكس المشروع الأول.

> لقد أدركت أنه إذا كان النجاح الشخصي أمرًا مُرضيًا، فإن مساعدة الآخرين في النجاح أكثر إرضاءً.

وخلال تلك السنوات كنت مأخوذًا بقوة إلى فكرة عدم بلوغ الثراء وحدي، وأن عليَّ أيضًا أن أساعد الآخرين على أن يصبحوا أثرياء. وأدركت أنه إذا كان النجاح الشخصي أمرًا مرضيًا، فإن مساعدة الآخرين في النجاح أكثر إرضاءً.

وعلى مدى الأعوام الخمسة عشر التالية ظللت أسمع أشياء سلبية عن التسويق الشبكي، ومعظمها من أشخاص أعرفهم. وفي نهاية المطاف قررت أن أتحقق من

الأمر بنفسي.

وفي السنوات الأولى من تسعينيات القرن العشرين قابلت صديقًا يدعى "بيل" وكان مليونيرًا متقاعدًا. وجرت بيننا محادثة، ولدهشتي، أخبرني "بيل" بأنه مشارك في تأسيس مشروع تسويق شبكي!

"بيل" رجل ذكي جدًّا وشديد الدهاء وكنت أعرف أنه أنهى للتو مشروعات عقارية بقيمة تتجاوز مليار دولار. وسألته عن السبب الذي يجعله يشترك في مجال التسويق

الشبكي هذا.

قال لي: "لطالما طلب كثيرون مني لعدة سنوات أن أقدم لهم نصائح للاستثمار العقاري. فهم يريدون أن يعرفوا إذا كان بإمكانهم الاستثمار معي، ولكنهم لا يقدرون على الاستثمار معي، لأن أغلبهم لا يمتلكون ٥٠.٠٠٠ دولار أو ١٠٠.٠٠٠ دولار ، وهي المبالغ اللازمة لبلـ مستوى الاستثمارات العقارية الخاصة بي".

واسترسل قائلًا: "في الواقع لا يمتلك كثير منهم أي أموال على الإطلاق، فبعضهم قاب قوسين أو أدنى من الإفلاس؛ لذلك فإنهم يبحثون عن تلك الصفقات الرخيصة التي لا تحتاج إلى دفعات نقدية مقدمة، والتي غالبًا ما تكون استثمارات سيئة. أما عن طريق التسويق الشبكي فيتسنى لي مساعدة الآخرين في جني تلك المبالغ المالية اللازمة للقيام بالاستثمارات الحقيقية. وكلما زاد عدد الأشخاص الذين أساعدهم، زاد عدد المستثمرين الذين أحصل عليهم".

وأضاف: "علاوة على ذلك فأنا أحب العمل مع الأشخاص الشغوفين بالتعلم والتطور؛ حيث يشكل العمل مع الأشخاص الذين يعتقدون أنهم يعرفون كل شيء أمرًا مملًّا بالنسبة إليَّ، وهو الأمر الذي يحدث دائمًا في صفقات الاستثمار العقاري، بينما يتحلى هؤلاء الذين أعمل معهم في التسويق الشبكي بتحمسهم للأفكار الجديدة".

وبعد دقائق قليلة من الحديث معه، اضطررت إلى الإسراع إلى المطار، ولكننا أكملنا حديثنا على مدى الأشهر القليلة التالية، وكلما تحدثنا في الأمر زاد

تقديري

للتسويق الشبكي.

وفي عام ١٩٩٤ بدأت البحث في هذا المجال بشكل جاد، فذهبت إلى كل عرض تقديمي سمعت عنه، ودرست ثقافة كل الشركات واطلعت على سابقة أعمالها،

وفحصتها عن كثب بالطريقة نفسها التي كنت سأبذل بها الجهد اللازم عند التفكير في أي مشروع تجاري استثمر فيه؛ لدرجة أنني انضممت إلى عدد قليل من

الشركات عندما أعجبني ما عرفته عنها، لأتمكن من معرفة المزيد عنها، ورؤية كيف تبدو التجربة من الداخل.

وفي نهاية المطاف بدأت أقابل بعض قادة تلك الشركات، وذهلت عندما اكتشفت أنهم من أكثر الأشخاص الذين قابلتهم طوال سنوات عملي ذكاءً ولطفًا وأدبًا

وأخلاقًا وروحانية ومهنية. فبعد أن نحيت أحكامي المسبقة جانبًا، شعرت بأنني توصلت إلى جوهر هذا المجال، واندهشت مما اكتشفته فيه.

وعندما اكتشفت لأول مرة هذا المفهوم في أول مقابلة لي عام ١٩٧٥ رفض عقلي بشدة تقبُّل هذه الفكرة. ولكن الآن وبعد عشرين عامًا تغيرت نظرتي لهذا الموضوع

تمامًا.

ويسألني كثيرون في بعض الأحيان: "لماذا توصي بالتسويق الشبكي للأفراد كطريقة يمكنهم من خلالها تكوين ثروتهم، في حين أنك لم تجمع ثروتك عن

طريقه؟".

في الواقع نظرًا إلى أنني لم أجن ثروتي من خلال التسويق الشبكي، فأنا أستطيع أن أكون أكثر موضوعية تجاه هذا المجال. لقد قدرت هذا العمل كثيرًا، على الرغم

من عدم مشاركتي فيه، هذا فقط بعد أن كنت قد جمعت ثروتي وبلغت الحرية المالية الخاصة بي.

وعلى أية حال، إذا اضطررت اليوم إلى إعادة الكرة مرة أخرى والبدء من الصفر، فسأبدأ في تأسيس شركة تسويق شبكي بدلًا من تأسيس المشروعات قديمة الطراز.

إذن.. ما التسويق الشبكي بالضبط؟

لقد قلت إنني لم أشارك أبدًا في التسويق الشبكي من قبل، ولكنني أعرف شخصًا شارك فيه؛ ولذلك دعوته لينضم إليَّ في تلك الصفحات ويطلعنا على بعض آرائه المتبصرة.

بدأ صديقي "جون فليمينج" حياته مهندسًا معماريًّا (عمل من قبل مع الأسطورة ميس فان دير روه)، وهذا أحد أسباب إعجابي بمنهجه في التسويق الشبكي: لقد

نقل شغفه تجاه التصميم والإنشاء العملي إلى مجال التسويق الشبكي. بعبارة أخرى، إنه شخص يقدِّر قيمة بناء هياكل صامدة وقوية.

ويضفي "جون" على هذه الصفحات سنوات خبرته في التسويق الشبكي على مدار أربعين عامًا. لقد امتلك شركة خاصة وتولى إدارتها، كما تقلد العديد من

المناصب

التنفيذية في شركات أخرى، بما في ذلك خمسة عشر عامًا قضاها في كبرى شركات التسويق الشبكي وأكثرها احترامًا كنائب رئيس إقليمي، ثم نائب رئيس شئون

إستراتيجيات المبيعات، والتدريب، والتطوير. كما شارك أيضًا بشكل فعال في المجموعات التجارية المتنوعة التابعة لهذا المجال. وفي عام ١٩٩٧ منحته DSEF ، أو

مؤسسة البيع المباشر التعليمية أعلى جائزة لديها، وهي جائزة "سيركل أوف أونر" التي هي عبارة عن شارة شرف. ويعمل "جون" حاليًّا ناشرًا ورئيس تحرير في

مجلة دايركت سيلنج نيوز ، وهي مجلة تجارية تخدم المسئولين التنفيذيين في البيع المباشر والتسويق الشبكي.

روبرت: أخبرنا يا جون ما التسويق الشبكي بالضبط، لكي يتمكنَ القراء الذين لا يعرفون عنه شيئًا من معرفته، وأخبرنا ما الذي يقدمه؟

جون : كان التسويق الشبكي متداولًا في أشكال متنوعة منذ منتصف القرن الماضي. وفكرته الأساسية بسيطة جدًّا بقدر ما هي رائعة: بدلًا من دفع كثير من المال

للوكالات المختصة المختلفة وقنوات التسويق للترويج لمنتجاتك أو الخدمات التي تقدمها، فلماذا لا تدفع المال للأشخاص الذين يرغبون في هذه المنتجات والخدمات

بشكل كبير ليخبروا الآخرين عنك؟

هذا بالضبط ما تقوم به شركات التسويق الشبكي: إنهم يدفعون جزءًا من أرباح المبيعات إلى ممثليهم المستقلين، الذين عادة ما يكونون المستهلكين الأكثر حماسًا

وولاءً للمنتجات.

روبرت : دعني ألعب دور المجادل الشكلي لحظة. كيف يمكن أن ينجح هذا الأمر فعليًّا؟ أقصد هل يستطيع مجموعة من الناس العاديين، الذين ليسوا مسوقين

متمرسين، المنافسة وتحقيق أي مستوى حقيقي من المبيعات؟

جون : في الواقع إن هذا أجمل ما في الأمر؛ حيث إن أي شخص محترف في مجال التسويق أو أي مُنتج في هوليوود، أو أي شركة عملاقة، يعرفون أن أقوى نوع من

التسويق لأي منتج في العالم هو التسويق الشفهي. ولهذا السبب تنفق وكالات الإعلانات التليفزيونية الملايين للاستعانة بممثلين لمجرد أن يتحدثوا مثلما تتحدث

والدتك أو زوجتك أو صديقك المفضل أو أطفالك: إنهم يقلدون الأحاديث الشخصية المتداولة.

إننا نستخدم هذا الأمر بصورته الطبيعية في التسويق الشبكي. تكمن القوة الحقيقية لهذا النموذج الذي تتحدث عنه يا "روبرت" باعتباره نموذجًا قويًّ ا ، في أنك،

وكممثل في الشبكة، لا تحصل على عمولة فقط مقابل المنتجات التي يستخدمها الآخرون الذين تجلبهم أنت إلى الشركة كعملاء، ولكنك تحصل على عمولة في

كثير من الأحيان مقابل المنتجات التي يشتريها

الأشخاص الذين أحضرهم العملاء بشكل مباشر أو غير مباشر. وهنا مصدر القوة.

إذن، هل ينجح هذا الأمر؟ أنت تعرف إجابة هذا السؤال: تتجاوز مبيعات البيع المباشر/ التسويق الشبكي السنوية ١١٠ مليارات دولار على مستوى العالم، ما يجعله

كتلة اقتصادية توازي تقريبًا حجم اقتصادات دول نيوزيلندا أو باكستان أو الفلبين. (كثيرًا ما أصف نموذج هذا العمل بكلا المصطلحين "البيع المباشر" و"التسويق

الشبكي"؛ لأن معظم شركات البيع المباشر حاليًّا تعتمد محور التسويق الشبكي. ومع ذلك سأستخدم في هذا الكتاب "التسويق الشبكي" عند الإشارة إليه).

وأحد الأسباب التي تجعل إجمالي مبيعات التسويق الشبكي في تزايد مستمر هو أنه صفقة مربحة لكلا الطرفين؛ حيث تحقق الشركة مستوى هائلًا من الاختراق

السوقي، كما يتزايد وعي العملاء بمنتجات هذه الشركة، التي كان سيصعب تحقيقها لذلك من خلال طرق التسويق التقليدية عالية التكلفة، كما يحظى الممثل

المستقل بفرصة لتحقيق تدفق نقدي كبير.

وكيف يحدث ذلك؟ عن طريق استخدام التسويق الشفهي من شخص لآخر لبناء شبكة كبيرة تمثل خط منتجات الشركة وخدماتها.

لقد تحدثت يا "روبرت" عن مشروعات الفئة " B " التي تتكون على الأقل من ٥٠٠ موظف. في التسويق

الشبكي أنت لا تعيِّن الموظفين ولكنك ترعى مجموعة من
الأفراد الذين يعملون جميعًا كممثلين مستقلين. ولكن تنطبق عليهم الديناميكية المالية نفسها: بمرور الوقت سيزيد عدد الممثلين المستقلين ليصل إلى ٣٠٠ أو ٤٠٠ أو
٥٠٠ ممثل، وحينها سيكون لديك مؤسسة حقيقية تدر عا دخلًا كبيرًا.

ماذا يقول الآخرون عن التسويق الشبكي؟

كما يقول "جون": إن النموذج قوي؛ لأنه يؤتي ثماره ، ولسنا نحن الوحيدين الذين
نقول ذلك.

يصف "توم بيترز" - الخبير الإداري المخضرم، ومؤلف الكتاب الكلاسيكي الأكثر مبيعًا In Search of Excellence - التسويق الشبكي بوصفه "أول تحوُّل حقيقي
وجذري في التسويق منذ ظهور التسويق (الحديث) في شركة بروكتر آند جامبل، وفي كلية هارفارد للأعمال منذ خمسين عامًا".

كتبت العديد من الصحف والمجلات عن النجاح الصاعد الذي حققه التسويق الشبكي، مثل: فوربس ، و فورتشن ، و نيوزويك و مجلة التايم ، و يو. إس نيوز آند
وورلد ريبورت ، و يو. إس. إيه توداي ، و نيويورك تايمز ، و وول ستريت جورنال . ومنذ خمسة عشر عامًا لم تكن أية صحيفة واحدة من تلك الصحف تولي
اهتمامًا بهذا المجال. ولكن انظر الآن إلى ما ذكره العدد الأخير من مجلة فورتشن عن التسويق الشبكي: "إن

حلم أي مستثمر ... وأحد الأسرار الدفينة في عالم الأعمال ... هو مشروع ينمو نموًّا سنويًّا ثابتًا، وتدفقات نقدية سليمة، وعائد مرتفع على رأس المال المُستثمر، وتوقعات طويلة الأمد للتوسع العالمي".

يعترف حاليًّا كثير من الخبراء وأشخاص عالم الأعمال الناجحين بالتسويق الشبكي بوصفه أحد أسرع نماذج العمل نموًّا في العالم.

"وارن بافيت" و"ريتشارد برانسون" رجلان مختلفان تمامًا. يقود "بافيت" شاحنة صغيرة ويعيش في مدينة أوماها، فيما يسافر "برانسون" على الخطوط الجوية الخاصة به ويعيش في جزيرته الخاصة في جزر العذراء البريطانية. لكن لديهما ثلاثة قواسم مشتركة وهي: كلاهما مليونير، وكلاهما رجل عملي للغاية، وكلاهما كان يمتلك شركات

تسويق شبكي.

هل هذا يحمل أية دلالة بالنسبة إليك؟

تُرى ما القاسم المشترك بين شركة سيتي جروب، وجوكي ولورياك، ومارس وريمنجتون، ويونيليفر؟ إن القاسم المشترك هو أن جميعهم اختبروا تجربة التسويق

الشبكي، وفي بعض الحالات انخرطوا فيها تمامًا.

يعترف حاليًّا كثير من الخبراء وأشخاص عالم الأعمال الناجحين بالتسويق الشبكي بوصفه أحد أسرع نماذج العمل نموًّا في العالم.

الفصل الثامن

الأمر لا يتعلق بالدخل ...

بل يتعلق بالأصول التي تدر الدخل

لا عجب في أن كثيرًا من الأشخاص لا يفهمون قيمة التسويق الشبكي؛ حيث هناك كثير من أولئك الذين يعملون به فعليًّا ولا يدركون تمامًا القيمة التي بين يديهم.

عندما يذهب الناس للاستماع إلى العروض التقديمية للتسويق الشبكي، يكون سؤالهم الأساسي عادة هو: "ما مقدار الدخل الذي سأجنيه إذا انضممت إلى هذا العمل؟". ولا عجب في أنك عندما تستمع إلى الأشخاص الذين يروجون لشبكة التسويق الشبكي الخاصة بهم، فغالبًا سيكون هذا بالضبط ما ستسمعهم يتناقشون حوله: ما المبلغ الذي سأجنيه شهريًّا؟

إن السبب الذي يجعل الأشخاص يريدون معرفة مقدار ما سيجنونه شهريًّا هو أنهم يفكرون وفقًا لطريقة تفكير الفئة " E " والفئة " S "؛ فهم يفكرون في إضافة مزيد من الدخل أو استبدال دخلهم الحالي.

ولكن هذا ليس مكمن القيمة الحقيقية للتسويق الشبكي.

إن مشكلة كسب الدخل تكمن في أنها عملية خطية ومحدودة للغاية. اعمل ساعة واحدة واكسب دولارًا واحدًا، أو اعمل ساعتين واكسب دولارين. الأمر كله على عاتقك؛ ما يعني أنه ليس بإمكانك أن تتوقف أبدًا. وكما قلت من قبل إن ذلك ما هو إلا فخ. إن كثيرًا من

الأشخاص يشعرون بهذا الأمر بطريقة غريزية، ولكنهم

يفترضون أن السبيل للخروج من هذا الفخ هو عن طريق كسب المزيد من الدخل. لكن كسب المزيد من الدخل لا يغير الحقيقة الأساسية، وهي أنك مقيد بدخلك،

بل في الواقع كسب المزيد من الدخل لا يؤدي إلى شيء سوى المزيد من تضييق الخناق عليك.

لا تنطوي الفئة " B " والفئة " I " على كسب المزيد من الدخل، بل على امتلاك الأصول التي تولد الدخل.

حقيقة منزلك

هناك أشياء يعتقد كثيرون أنها أصول، ولكنها ليست أصولًا على الإطلاق، بل هي التزامات في الواقع.

التدفق النقدي هو الذي يحدد الشيء سواء كان من الأصول أو من الالتزامات، وليس خلاصة القيمة. بعبارة أخرى، هل هذا الشيء يدر عليك المال أم أنه

يستنزفه؟ إن أي شيء قد يكسبك المال، أو يكلفك المال. فإذا كان يدر عليك المال فهو من الأصول، وإذا كلفك المال، فهو من الالتزامات.

كان كثير من الأشخاص يستخدمون منازلهم على أنها أجهزة صرف آلي لعدة سنوات حتى الآن، ويقترضون بضمان منازلهم ليحصلوا على المال الذي يستخدمونه

في سداد بطاقات الائتمان وقضاء الإجازات وشراء سيارات الدفع الرباعي أو أي شيء آخر. ربما تكون أنت قد فعلت هذا الأمر أيضًا. فإذا كنت فعلت ذلك فإن

السبب هو اقتناعك بالفكرة التقليدية وهي أن منزلك يعد من الأصول، لكنك لا تدرك ماهيته الحقيقية: إنه عبارة عن بطاقة ائتمان بسقف وأبواب.

دعني أشرح لك ما الأصول.

إن الكثيرين مشوشون بشأن هذا الأمر ويفهمونه بطريقة عكسية. فهم يلجأون إلى القاموس ويجدون أن معنى الأصول هي الأشياء "ذات القيمة"، حسنًا ربما هذا

هو المعنى الصحيح. المشكلة هنا هي كلمة قيمة الخادعة. سأطرح عليك سؤالًا:

ما قيمة منزلك؟

قبل أن تجيب عن هذا السؤال دعني أطرح عليك أولًا السؤال نفسه ولكن بطريقة مختلفة:

ما مقدار الدخل الذي يدره عليك منزلك شهريًّا؟

هناك احتمالات بأن إجابتك ستكون: "حسنًا، لا أجني منه أي شيء، في الواقع أنفق عليه مبلغًا كبيرًا من المال شهريًّا في صيانته وإصلاحه وهكذا".

هذا بالتأكيد، لأن منزلك ليس أصل ً ا بل هو التزام .

ستقول: "لكن انتظر لحظة، يقدر منزلي بمائتي ألف دولار!".

حقًّا؟ متى يحقق منزلك هذه القيمة؟ عندما تبيعه في مرحلة ما من حياتك في المستقبل؟ ولكن أين ستعيش حينها؟ هل ستأخذ عائدات بيع منزلك وتشتري بها

منزلًا آخر لتعيش فيه؟ بالطبع. أين القيمة إذن؟ أين الدخل التقديري الفعلي الذي تستطيع أن تمسكه بيديك وتستخدمه في شراء أي شيء أو الاستثمار في أي

شيء تفضله؟ لا توجد قيمة: فليس هناك أية قيمة. منزلك ليس أصلً ا، لكنه عبارة عن حفرة في الأرض

تصب فيها المال.

كيف تستطيع التمييز بين الأصول الخاصة بك والالتزامات؟

فلننحِّ تعريف القاموس للأصول جانبًا لحظة، ودعنا نتحدث عن معناه في العالم الحقيقي. الأصل هو الشيء الذي يعمل لصالحك، فلا تكن مضطرًّا إلى العمل

حتى نهاية حياتك. كان والدي الفقير يقول دائمًا: "اعمل في وظيفة"، بينما كان والدي الغني يقول: "قم ببناء الأصول".

تتمثل القوة الكامنة في الفئة " B " في أن قيامك بإنشاء المشروعات يعني بناء الأصول.

لدينا مكاتب تابعة لمشروع ريتش داد في جميع أنحاء العالم؛ لذلك أنا أجني المال طوال الوقت، سواء أكنت أعمل أو كنت نائمًا أو ألعب الجولف. هذا هو الدخل

السلبي: الدخل المتبقي؛ ففي حين أنني لن أعمل بجد في وظيفة، سأجتهد كثيرًا في بناء الأصول؛ لأنني أفكر ببساطة كشخص غني وليس كشخص من الطبقة

العاملة.

ولأن امتلاك المشروعات التجارية يعني امتلاك الأصول، فإن إنشاء مشروع تسويق شبكي لا يعني فقط تعلم مهارات حياتية مهمة، بل يعني أيضًا بناء أصول

حقيقية خاصة بك. ستحصل على الدخل عند العمل في وظيفة، أما في التسويق الشبكي فبدلًا من مجرد الحصول على الدخل ستبني الأصول، أي مشروعك

التجاري الخاص بك، ولا شك في أن الأصول تدر المال .

أنا أستثمر فقط في المجالات التي أربح منها المال.

ستدر عليَّ المال في حالة كونها أصولًا، وستتطلب مني المال في حالة كونها التزامات. أنا لديَّ سيارتان بورش، وهما

التزامان على الرغم من أني أمتلكهما ملكية تامة، ولكنهما لا يكسباني المال، بل يسلبانه مني. إن الأمر ليس معقدًا للغاية.

وبالنسبة إلى من يفهمون هذا الموضوع، فإن أول أنواع الأصول هي تلك المشروعات التجارية التي تُدر الأموال ويأتي بعدها العقارات. ولابد أن تفهم الفرق بين

التدفق النقدي وأرباح رأس المال. لا يستطيع كثيرون فهم هذا الاختلاف. فعندما يستثمرون يكون هدفهم الرئيسي هو الحصول على مزيد من رأس المال. وسيقول

أحدهم: "ارتفعت قيمة منزلي، أو ارتفعت قيمة سيارتي"، وهذا هو ربح رأس المال وليس التدفق النقدي.

الغرض من امتلاك العقارات هو الحفاظ على الأصل، وليس بيعه للحصول على الربح. فإذا اشتريت عقارًا ما مقابل ١٠٠.٠٠٠ دولار، ثم بعته بعد ذلك مقابل ٢٠٠.٠٠٠

دولار، هذا يعني أنه ليس من الأصول، بل أنك حصلت على ربح رأس المال بقيمة ١٠٠.٠٠٠ دولار. لقد كان عليك أن تتخلص من الأصل لتحصل على المال، ما يعني

أنك قضيت على هذا الأصل ولم تعد تستفيد منه. هذا يشبه بيع بقرتك من أجل المال، ولكنني أفضل أن أحتفظ بالبقرة وأبيع حليبها.

تلك هي المشكلة الكبرى في العمل في وظيفة ما: إن

الوظيفة ليست من الأصول؛ حيث لا تستطيع بيعها على موقع إيباي ولا تأجيرها ولا يمكنك جني أي أرباح

منها. فلماذا تقضي أفضل سنوات عمرك، في العمل في شيء غير بناء الأصول؟ أو بعبارة أكثر دقة، في بناء أصول شخص آخر ، وليست أصولك أنت؟

نعم صدقني، فليس هناك شك في أن العمل في وظيفة يعني العمل في بناء أصول، لكنها ليست أصولك .

لدينا تلك الفكرة الراسخة في عقولنا بأن هناك قيمة كامنة في الحصول على وظيفة جيدة، ولكن الحصول على وظيفة لا يمثل أية قيمة على الإطلاق ... لا شيء. وما

يزيد الطين بلة أن الدخل الذي تحصل عليه من وظيفتك يخضع لضريبة بمعدل أعلى من أشكال الدخل الأخرى. هذا يجعل فرص النجاح ضئيلة جدًّا! ولكنَّ بعض

الأشخاص على استعداد لدفع هذا الثمن مقابل الحصول على "الأمان والاستقرار" المتوافرين لدى من ينضمون إلى الفئة " E ".

التسويق الشبكي ليس لبيع المنتجات

ولا الحصول على الدخل!

أكبر اعتقاد خطأ عن التسويق الشبكي هو أنه مشروع لبيع المنتجات. ولكن البيع يعني مجرد كسب مزيد من المال، والمشكلة هي أن توقف النشاط يعني توقف

الدخل.

البائع لديه وظيفة، فإذا كنت تعمل بائعًا في متجر متعدد الأقسام، فهذا يعني أنك تعمل في إحدى وظائف الفئة "

E ". وإذا كنت تعمل في بيع وثائق التأمين أو

المنازل أو المجوهرات في مشروع خاص بك، فأنت تعمل في الفئة " S ". ولكن في كلتا الحالتين أنت لديك وظيفة، ووظيفتك هي البيع.

لن يؤدي هذا إلى تكوين ثروة ولا إلى بلوغ الحرية.

أنت لا تحتاج إلى وظيفة جديدة، بل تحتاج إلى الانضمام لفئة جديدة وهي الفئة " B ".

جون: هذا صحيح تمامًا يا روبرت. يفترض الناس دائمًا أن النجاح في هذا العمل يتوقف على "تفوقك في المبيعات". ولكنَّ الهدف من التسويق الشبكي ليس أن تكون

متفوقًا في بيع منتج محدد أو خدمة محددة؛ فبصرف النظر عن مدى تفوقك في نشاط البيع - ولنكن صادقين، إذا كنت مثل معظم الناس فإنك لا تظن أنك

متفوق جدًّا في عملية البيع - فليس هناك هذا القدر الكبير من الدخل الذي يمكن أن تحققه من خلال البيع.

ففي النهاية، اليوم الواحد لن يكفي للقيام بكل الأشياء التي نرغب في القيام بها، أليس كذلك؟

في مجال التسويق الشبكي لا ينطوي الأمر برمته على بيع المنتج ، بل على بناء الشبكة التي تتمثل في فريق كبير من الممثلين الذين يعرضون المنتج نفسه أو الخدمة

لمشاركتها مع الآخرين.

ليس الهدف هو أن تقوم أنت أو أي فرد آخر ببيع كثير من المنتجات، بل هو اجتذاب عدد كبير من الأفراد، ليكونوا أفضل مروجين لهذه المنتجات والبيع والعمل

على خدمة عدد كبير من العملاء وتعليم كثير من الأفراد الآخرين كيفية القيام بالشيء نفسه.

وهنا يكمن السبب في رغبتك في بناء فريق كبير من الممثلين المستقلين: فهل تعلم ما الذي ستجنيه بمجرد تحقيقك لهذا الأمر؟ ستقوم ببناء الأصل الذي يدر عليك

الدخل ... الدخل السلبي .

سأطلب من "جون" في الفصل الثالث عشر أن يشرح بشكل أكثر شمولًا لماذا لا يكون محور التسويق الشبكي هو البيع أو العمل بائعًا، وأتمنى أن تولي اهتمامًا

وثيقًا بالشرح لأن هذا الأمر يعد نقطة رئيسية، وهو إحدى النقاط التي لا يدركها معظم الناس. أما في الوقت الحالي تلك هي النقطة الرئيسية التي أريد أن أرسخها

في عقلك: لا يتمحور التسويق الشبكي حول كسب المزيد من الدخل، بل حول بناء الأصول.

إنه يتمحور في الواقع حول بناء ثمانية أصول في الوقت نفسه. وعلى مدار الفصول القادمة سنلقي نظرة على كل واحد منها على حدة.

الفصل التاسع

الأصل رقم # ١: تعلم إدارة الأعمال

في الحياة الواقعية

لديَّ اعتراف أريد أن أدلي به: إنني أعاني بطء القراءة. صحيح أنني أقرأ كثيرًا ولكنني أقرأ ببطء شديد، وفي كثير من الأحيان أضطر إلى قراءة الكتاب مرتين أو ثلاثًا

قبل أن أفهم جيدًا ما أقرأه. وعلاوة على ذلك أنا كاتب ضعيف جدًّا أيضًا؛ حيث رسبت مرتين في مادة الكتابة في المرحلة الثانوية.

إذن، هل تريد أن تعرف شيئًا يدعو إلى السخرية؟ هذا الطالب صاحب الدرجات الضعيفة، الذي فشل في مواد الكتابة في المدرسة، الذي لا يزال إلى الآن كاتبًا

ضعيفًا، كان لديه سبعة كتب في قائمة الكتب الأفضل مبيعًا وفقًا لصحيفة نيويورك تايمز .

من وجهة نظري، الحصول على درجات مرتفعة ليس كل شيء.

لا تسئ فهمي، فأنا لا أقلل من شأن التعليم. أنا أؤمن بالتعليم، وفي الواقع أنا أؤمن به بشغف. الأمر فقط أن التعليم الذي أؤمن به هو الذي يعلمك حقًّا ما

تحتاج إلى تعلمه؛ لكي تتمكن من تحقيق النجاح في حياتك.

عندما أنصح الناس بتأسيس شركة التسويق الشبكي الخاصة بهم، فإن السبب الأول الذي أذكره لهم ليس هو تقديم عديد من المنتجات الممتازة التي تغير حياة

الإنسان، وليس أيضًا هو المال الذي من الممكن أن تجنيه من هذا المشروع، ولا الحرية المالية التي تستطيع بلوغها.

عادة ما تكون المنتجات ممتازة بالفعل، وأنا أعولها حقًّا قيمة كبيرة في قدرتها على فتح طريق حقيقي أمامك لجمع الثروة. ولكنَّ تلك الأسباب ليست هي المكاسب

الحقيقية التي تجنيها من هذه التجربة، بل القيمة الأولى التي تحققها من التجربة هي تعلم إدارة الأعمال

في الحياة الواقعية.

ثلاثة أنواع من التعليم

هناك ثلاثة أنماط مختلفة من التعليم تحتاج إليها إذا أردت أن تكون ناجحًا اقتصاديًّا: التعليم المدرسي، والتعليم المهني، والتعليم المالي.

يعلمك التعليم المدرسي كيفية القراءة والكتابة وحل المسائل الرياضية. وهذا التعليم مهم جدًّا، خاصة في عالمنا الحالي. على الصعيد الشخصي لم أكن جيدًا في تلك

المرحلة التعليمية؛ لأنني - وكما ذكرت من قبل - كنت طالبًا ضعيف المستوى، والسبب ببساطة أنني لم أكن أهتم بالمواد التي كنت أدرسها.

ويعلمك التعليم المهني كيفية العمل مقابل المال. بعبارة أخرى، يعدك هذا النوع من التعليم للانضمام إلى الفئة " E " والفئة " S ". وخلال فترة شبابي كان

الأطفال الأذكياء يسعون من وراء تعليمهم إلى أن يصيروا أطباء ومحامين ومحاسبين. بينما ذهب الآخرون إلى المدارس المهنية التي كانت تؤهلهم ليصبحوا

ممرضين وسباكين وبنائين وكهربائيين وفنيي تصليح سيارات.

ولكنني لم أتفوق في هذا النوع من التعليم أيضًا، وبما أنني لم أكن جيدًا في التعليم المدرسي، فلم أكن متحمسًا لأن أصير طبيبًا أو محاميًا أو محاسبًا. فبدلًا من

ذلك صرت ضابطًا بحارًا، ثم طيار مروحية ضمن قوات المشاة البحرية في فيتنام. وبحلول الوقت الذي بلغت فيه ٢٣ عامًا، كان لديَّ مهنتان: الأولى ضابط بحار

والثانية طيار، ولكنني لم أعتمد على أي منهما في جني المال.

أما التعليم المالي فهو الذي يعلمك كيف تجعل المال يعمل من أجلك بدلًا من أن تعمل أنت من أجل المال. ربما تعتقد أنك ستتلقى التعليم المالي في كلية إدارة الأعمال. ولكن ليس هذا ما يحدث في أغلب الأحيان. فما تقوم به كليات إدارة الأعمال بشكل عام هو تدريب الطلاب الأذكياء على أن يكونوا مسئولين تنفيذيين عند الأغنياء. بعبارة أخرى، يدربون طلابهم على العيش في الطبقة العليا من الفئة " E "، لكنهم يظلون قابعين في الفئة " E ".

بعد أن عدت من فيتنام فكرت في العودة إلى الكلية لأحصل على ماجستير إدارة الأعمال، ولكن والدي الغني أقنعني بالعدول عن هذه الفكرة، وقال لي: "إذا حصلت على ماجستير إدارة الأعمال من كلية تقليدية، فسيتم تدريبك فيها على العمل موظفًا عند الأثرياء. ولكن إذا أردت أن تصبح أنت ثريًّا، فأنت لست بحاجة إلى مزيد من التعليم المدرسي، بل تحتاج إلى التعليم المالي في عالم الواقع".

المهارات المهمة

إن العمل في ريادة الأعمال أو تأسيس المشروعات التجارية في الفئة " B " ليس بالمهمة السهلة. في الواقع أنا أعتقد أن تأسيس مشروع تجاري هو أحد التحديات الأكثر صعوبة التي يمكن أن يأخذها الفرد على عاتقه. والسبب في كثرة عدد الأشخاص الذين ينضمون إلى

الفئة " E " والفئة " S " هو أن هذين الفئتين لا تنطويان
على كثير من المتطلبات التي تتطلبها الفئة " B ". فلو
كان تأسيس المشروعات التجارية أمرًا سهلًا، كان
سيقبل الكثيرون عليه.

إذا أردت تحقيق النجاح في الأعمال التجارية، فعليك
تعلم المهارات التقنية التي لم تتعلمها في المدرسة
على الأرجح: مثل أن تكون أكثر تنظيمًا، ويكون لديك
المهارة لإعداد جدول أعمالك بنفسك.

هذا الأمر أكبر مما يبدو لك؛ حيث يتعرض الأشخاص
الذين يدخلون ميدان العمل في التسويق الشبكي إلى
صدمة ثقافية في بعض الأحيان؛ لأنهم معتادون على

تلقي الأوامر. من الممكن أن تعمل بجدية شديدة جدًّا
في الفئة " E "، ولكن ليس لديك أي خبرة على الإطلاق
في تحديد الأهداف، وتنظيم خطة العمل، وإعداد

جدول أعمالك، وإدارة وقتك، وتنفيذ سلسلة متعاقبة
واضحة من الإجراءات الإنتاجية.

وهناك عدد كبير من الأشخاص الذين ليس لديهم تلك
المهارات الأساسية، وهو أمر صادم، ولكنه ليس
مدهشًا. ورغم ذلك أنت لست بحاجة إلى تلك المهارات
طالما

أنك تنتمي إلى الفئة " E ". ولكن إذا كنت على وشك
الانضمام إلى الفئة " B "، فإن تعلم تلك المهارات لم يعد
خيارًا بعد الآن. فإن أهميتها لا تقل عن أهمية موازنة

دفتر الشيكات، وكتابة خطة مالية وقراءة تقرير سنوي.

المزايا الضريبية والدروس المستفادة منها

يتعجب هؤلاء الأشخاص الذين يدخلون عالم التسويق

الشبكي كثيرًا، عندما يتعرفون على المزايا الضريبية التي يحصلون عليها من القيام بمشروعهم الخاص في المنزل.

لا يمتلك معظم الناس فكرة واضحة عن جميع أنواع المزايا الضريبية التي يتمتع بها الأثرياء، وهم أنفسهم لا يحصلون عليها، ولكن نظرًا إلى أنهم قضوا حياتهم

بأكملها داخل الفئة " E " فليس لديهم أية فكرة تقريبًا عن هذه المزايا أو كيفية الحصول عليها على أرض الواقع. ولذلك غالبًا ما يصدمون عندما يدركون أن

بإمكانهم أيضًا التمتع بتلك المزايا الضريبية نفسها وجني كثير من الأرباح منذ اليوم الأول في مشروعاتهم التجارية.

ومع التغييرات الأخيرة التي تم إجراؤها في السياسات الضريبية، وتوفير برامج التأمين المصممة خصوصًا للشركات الصغيرة وأصحاب العمل الحر، أصبح من

السهل - من أي وقت مضى - إنشاء حزمة مزايا خاصة بك تنافس وتتفوق على أية عروض يمكن أن تقدمها الشركات الكبيرة. وستبدأ على الفور في جني المزايا

الضريبية التي يتمتع بها الأثرياء بمجرد أن تبدأ مشروع التسويق الشبكي في وقت فراغك، في الوقت الذي يمكنك فيه الاحتفاظ بوظيفتك العادية. والشخص الذي

لديه عمل تجاري بجانب وظيفته يمكنه الحصول على تخفيضات ضريبية أكبر من التي يحصل عليها الموظفون.



هذه الأشياء المذكورة إنما هي مجرد بعض الأمثلة على أشياء تنفق عليها المال بالفعل، ولكن ستحصل من خلالها على تخفيضات ضريبية، بمجرد أن تبدأ مشروع التسويق الشبكي من المنزل. تنبيه: القائمة المذكورة هنا لأغراض توضيحية فقط، أما إذا أردت استشارة ضريبية بخصوص وضعك الخاص فينبغي أن تستشير متخصص الضرائب الخاص بك.

على سبيل المثال، ربما تكون قادرًا على تخفيض نفقات السيارة والبنزين وبعض الوجبات ووسائل الترفيه. ومن الواضح أنك بحاجة إلى مراجعة الأمر مع محاسب قانوني معتمد للحصول على القوانين الصحيحة الخاصة بموقفك. وعندما تفعل ذلك ستجد أن تكلفة استشارة محاسب قانوني معتمد مخفضة ضريبيًّا أيضًا!

بعبارة أخرى، الحكومة في الواقع ستمنحك تخفيضًا ضريبيًّا لتغطية تكلفة الحصول على مشورة مهنية عن كيفية دفع ضرائب أقل للحكومة.

> إحدى مزايا التسويق الشبكي هي أنه يكشف غموض كثير من الأمور، ويبدأ في تعريفك على الحياة في الفئة "B".

إن وجهة نظري في الخوض في هذا الموضوع، ليست فقط لتعريفك بالقوة الاقتصادية الكبيرة التي تحصل عليها عند اليوم الأول من بداية مشروعك التجاري الجديد من المدخرات التي جنيتها نتيجة الإعفاءات

الضريبية التي حصلت عليها. بل ما هو أكثر من ذلك، فأنا أريد التأكيد على نقطة، وهي: كثير من الأشخاص
ليست لديهم أية فكرة عما هي الحال في الفئة " B "!
والسبب في أن غالبية الأشخاص يصدمون عندما يتعرفون على المزايا الضريبية المتاحة هنا هو أن الفئة " B " تُشكل لغزًا كبيرًا بالنسبة إلى الغالبية العظمى من
الناس. إن إحدى مزايا التسويق الشبكي هي أنه يكشف غموض كثير من الأمور، ويبدأ في تعريفك على الحياة في الفئة " B ".
مرحبًا بك في رحلة تعلم إدارة الأعمال في الحياة الواقعية.
المهارات الحياتية
عندما يتعلق الأمر بتحقيق نجاح في المشروعات التجارية، فإنه لا يقتصر ببساطة على المهارات التقنية. بل الأكثر أهمية من ذلك هو المهارات الحياتية المطلوبة
للتغلب بنجاح على الصعوبات الموجودة في الفئة " B ". إن العامل الأساسي لتحقيق نجاح طويل المدى في الحياة هو التعليم واكتساب المهارات والخبرات الحياتية،
والأهم من ذلك،
السمات الشخصية.
على سبيل المثال، لقد اضطررت إلى التغلب على الشك بالذات، والخجل، والخوف من الرفض. ومن مهارات التطوير الشخصي الأخرى التي تعلمتها كيفية
الصمود عند الفشل والاستمرار في المضي قدمًا. تلك هي الصفات الشخصية التي يجب أن يطورها الفرد إذا كان ينوي النجاح في مجال إدارة الأعمال من الفئة " B

"، بصرف النظر عما إذا كان الأمر يتعلق بمشروع تسويق شبكي، أو بحق امتياز، أو بإنشاء مشروعات تجارية.

إذا لم تتعلم تلك الأشياء في المدرسة، ولم تتعلمها في بيئة العمل ولا المنزل طوال نشأتك، فأين بإمكانك تعلم تلك الأشياء؟ وأين ستجد الشركة التي تستثمر

الوقت في تعليمك وتطوير شخصيتك وكذلك مساعدتك على تأسيس مشروعك التجاري؟

إن المكان المناسب الذي نستطيع فيه تعلم تلك الأشياء هو عالم التسويق الشبكي.

جون: المثير للاهتمام في كلامك يا "روبرت" هو أنك دائمًا ما تذكر أن تعلم إدارة الأعمال هو المنفعة الأولى التي تراها في مجال المشروعات، وأعتقد أن هذه العبارة

تحمل كثيرًا من الصحة. وفي كثير من الأحيان يتعلم الناس المهارات ويعملون على تطوير شخصياتهم من خلال تجربتهم في التسويق الشبكي التي لن يتعلموها بأية طريقة أخرى.

يساهم التسويق الشبكي في تعليم الأفراد كيفية التغلب على مخاوفهم، وكيفية التواصل وفهم سيكولوجية الأشخاص الآخرين الذين يقابلونهم "بالرفض"،

وكيفية الثبات والصمود أمام الرفض وغيرها من تحديات العالم الحقيقي.

وفيما يلي مجموعة من المهارات المهمة التي يساهم التعليم العملي للتسويق الشبكي في إكسابها لك: -

التوجه الهادف إلى النجاح

- التهيؤ للنجاح

- التغلب على المخاوف الشخصية والشكوك ونقص الثقة

- التغلب على الخوف من الرفض

- مهارات التواصل

- مهارات التعامل مع الآخرين

- مهارات إدارة الوقت

- مهارات المساءلة

- تحديد الأهداف العملية

- مهارات إدارة المال

- مهارات الاستثمار

تقدم شركات التسويق الشبكي الجيدة برنامج تدريب قويًّا على جميع تلك المهارات. وأنا أقر بأن هذا النوع من التعليم لا يقدر بثمن.

في الواقع ستجد صعوبة كبيرة في العثور على أي مكان آخر تدفع فيه كثيرًا من المال لتحصل على كل هذا التدريب، ناهيك عن العثور على من يدفع لك مقابلًا ماديًّا لتتعلم تلك المهارات.

لدينا تعبير شائع بشأن التسويق الشبكي، وهو أنه المشروع التجاري الذي تحقق فيه "الكسب والتعلم". هذا القول رائع؛ لأنه يؤكد النقطة الرئيسية في إدارة الأعمال، وهي: أنت تتعلم القيام بالأمر عن طريق ممارسته بالفعل، وليس عن طريق الجلوس في فصل دراسي عدة سنوات، وأنت تستمع إلى شخص ما

يتحدث

عن كيفية القيام بالعمل.

> التسويق الشبكي هو مدرسة إدارة الأعمال في الحياة الواقعية المخصصة للأشخاص الذين يريدون تعلم مهارات إنشاء المشروعات التجارية في عالم الواقع بدلًا من تعلم مهارات الموظفين.

التدريب في التسويق الشبكي ليس مجرد تدريب نظري، ولكنه تدريب عملي أيضًا. وسيضيف التدريب بحد ذاته قيمة هائلة إليك طوال حياتك، بصرف النظر عما

إذا كنت قد بلغت قمة البرنامج المحدد الذي تعمل فيه، أو جنيت مبالغ مالية كبيرة. وينتهي المطاف بالكثيرين ممن يعملون في المشروعات التجارية بتحقيق نجاح

باهر بفضل ذلك التدريب والخبرة اللذين حصلوا عليها في تجربة التسويق الشبكي.

وهذا هو الهدف الحقيقي والسبب الأساسي في توجيهي للكثيرين ونصحي لهم منذ عقود بالقيام بهذا المشروع التجاري. فعندما تنضم إلى شركة تسويق شبكي

جيدة، فهم لا يفتحون لك مجالًا لتنطلق فيه فقط، ولكنهم يدعمونك أيضًا في تطوير المهارات والسمات التي تحتاج إليها للنجاح.

التسويق الشبكي هو مدرسة إدارة الأعمال في الحياة الواقعية المخصصة للأشخاص الذين يريدون تعلم مهارات إنشاء المشروعات التجارية في عالم الواقع، بدلًا من

تعلم مهارات الموظفين.

الفصل العاشر

الأصل رقم # ٢: مسار التطوير

الشخصي المربح

أنا أعرف ما سيدور بذهنك: "ما بك تتحدث بشكل حالم يا كيوساكي؟! ما هذا الكلام الرقيق الذي تتفوه به عن "مسار التطوير الشخصي". أنا لا أحتاج إلى مجموعة

إرشادية، بل أحتاج إلى الدخول في العمل مباشرة لتدبر الأمور المعيشية. أنا أريد تكوين ثروة لا أن أتقاسم أرباحي مع خصومي!

تريث قليلًا، فأنا لم أتحدث بشكل حالم: أنا فقط أتحدث بواقعية. فتحقيق الثراء ليس له علاقة بالحظ، كما أنك لست مجرد باحث عن طريقة جديدة لكسب

دخل إضافي، بل إنك تقوم بالفعل بعمل تغيير حقيقي في قيمك الأساسية. إن الأمر لا ينطوي على تغير وظيفتك فقط، بل على تغير شخصيتك أيضًا.

يمتلك صديقي "دونالد ترامب" كثيرًا من المليارات اليوم، ولكنه في وقت ما خسر كل أمواله في أثناء انهيار سوق العقارات. ويتحدث "دونالد" عن تجربته عندما كان

مدينًا

ب ٩.٢ مليار دولار، ويقول: "عندما كنت أمرًا بجانب شحاذ في الشارع كنت أدرك أن قيمته أعلى مني ب ٩.٢ مليار دولار!". ولكن لم يمر وقت طويل قبل أن يتربع

"دونالد" على القمة مرة أخرى. لماذا؟ بسبب شخصيته - أو بمعنى أدق - ما أصبحت عليه شخصيته.

تعرضت لتجربة مماثلة؛ حيث كنت مليونيرًا وأنا في الثلاثين من عمري، ثم بعدها بعامين أعلنت شركتي إفلاسها. لم يكن فشل مشروعي التجاري تجربة سارة،

ولكن كان درسًا مهمًّا في حياتي. تعلمت الكثير خلال

تلك السنوات القليلة، الكثير عن العمل، والأكثر من ذلك ... تعلمت الكثير عن نفسي.

قال لي والدي الغني بعد الإفلاس: "المال والنجاح يجعلانك متعجرفًا وأحمق. والآن سيجعلك الشعور بالفقر والتواضع تعود إلى صفوف الطلاب مرة أخرى". كان

والدي الغني محقًّا؛ حيث أدركت بمرور الوقت أن الدروس التي تعلمتها من هذه التجربة كانت لا تقدر بثمن؛ فخسارة عمل تجاري عالمي النطاق بعد تأسيسه

زودني فيما بعد بالخبرة التعليمية التي جعلتني ثريًّا في نهاية المطاف. والأكثر أهمية من ذلك أن ما تعلمته من هذه التجربة هو الذي حررني. إن الأشياء الأكثر

أهمية التي تعلمتها من خلال هذه التجربة لم تكن متعلقة بالعمل أو بالمال، بل كانت متعلقة بي أنا.

سأطرح على "جون" سؤالًا في هذا الشأن، وستفهم قصدي إذا أجاب الإجابة

التي أتوقعها.

روبرت: من الواضح يا جون أن جميع العاملين في التسويق الشبكي لا يحققون المستوى نفسه من النجاح. من واقع خبرتك، ما السبب الأول الذي يجعل بعض

الأشخاص يفشلون في بلوغ مستوى النجاح الذي كانوا يطمحون إليه في التسويق الشبكي؟

جون: يختلف تعريف النجاح باختلاف الأشخاص؛ فالأمر الذي يعده شخص ما ذا أهمية قد لا يراه شخص آخر

على القدر نفسه من الأهمية. كما يكتفي بعض
الأشخاص بزيادة مستوى دخلهم الحالي، بينما يبحث
الآخرون حقًّا عن فرصة مشروع تجاري يستطيع نقلهم
إلى مستوى أفضل، فيما يتعلق بالدخل الذي قد

يحصلون عليه، والأهداف التي يسعون لتحقيقها. أما
الفشل فلابد من تعريفه في سياق واسع جدًّا. قد يرى
الفرد الذي كان يحاول إنشاء مشروع تجاري كبير أن

الحصول على ١٠٠٠ دولار شهريًّا يعد فشلًا، بينما تراه
الأم التي كانت تهدف إلى زيادة الدخل المنزلي بشكل
كبير مشروعًا ناجحًا.

وبصرف النظر عما يسعى الأشخاص إلى تحقيقه من
أهداف، فنحن نعرف أن المثابرين في العمل في مجال
التسويق الشبكي ينتهي بهم الأمر إلى أن يمضوا قدمًا
من

نجاح إلى نجاح. وفي الواقع أنا أؤمن بأن الحالة الوحيدة
التي يفشل فيها الشخص هو عند اليأس والتخلي عن
تحقيق الهدف وتقديم الاستقالة.

ولكن يحتاج هذا الأمر إلى المزيد من التفاصيل حتى
يكون الحديث عنه أكثر دقة؛ فالموضوع لا يتعلق فقط
بمجرد استقالة الفرد من الشركة أو عدم استقالته
منها،

أي يستقيل الفرد عن تسويق المنتج ويعلنها بصراحة
"أنا مستقيل". ليست المشكلة هنا في استقالتك من
العمل، بل في التخلي عن هدفك .

كانت تلك هي الإجابة التي توقعتها بالضبط. وهذا يأخذنا
مرة أخرى إلى ما قلته في بداية هذا الكتاب: الأمر لا

ينطوي فقط على تغيير نمط العمل الذي تعمل فيه،

بل على تغييرك أنت أيضًا. من الممكن أن أطلعك على المشروع المثالي، ولكن لكي يتطور مشروعك التجاري لابد أن تتطور أنت الآخر.

بمقدورك أن تكون خاسرًا أو رابحًا

هناك كلمتان تنطبقان على الشخص الذي وصفه "جون" للتو. الأولى هي أنه مستسلم ، والثانية هي أنه خاسر .

يكمن بداخلنا جميعًا شخص رابح وآخر خاسر، وأنا أيضًا كذلك: بداخلي شخص رابح وآخر خاسر، وكلاهما يتنافسان على الظهور. والسبب في أن غالبية

الأشخاص "يحققون الحد الأدنى من النجاح" بدلًا من تحقيق نجاح حقيقي في حياتهم، هو أنهم يتركون الشخص الخاسر بداخلهم يسيطر عليهم. أنا لا أفعل

ذلك، بل أصر على فوز الشخص الرابح في المنافسة.

كيف تتعرف على الشخص الخاسر عندما يتحدث؟ تجده يقول: "يا إلهي! أنا لا أتحمل ذلك"، أو "يا للهول، هذا الأمر خطير جدًّا"، أو "ماذا سيحدث لو فشلت؟"،

في حين أن الرابح مستعد لمواجهة المخاطر لكن الخاسر لا يفكر في شيء سوى الحصول على

الأمان والاستقرار.

الأمر مثير للسخرية؛ حيث يملأ الخاسر الأرض صراخًا وعويلًا من أجل الحصول على الأمان والاستقرار، وتنتهي به الحال في العمل بوظيفة، وعيش حياة ليس بهما أي أمان

ولا استقرار. كيف تشعر بالأمان في العمل أربعين ساعة أسبوعيًّا في شركة ستقوم على الأرجح بتسريحك من العمل خلال السنوات القليلة القادمة؟ أو وضع

أرباحك الضئيلة في خطة التقاعد، ومن ثم تستولي عليها صناديق الاستثمار المشتركة المعرضة للفشل، أو تلحقها بالصناديق التي يتولى إدارتها مستشار مالي يتبين

فيما بعد أنه "برنارد مادوف" آخر (المصرفي صاحب أكبر عملية احتيال في تاريخ الولايات المتحدة).

وبداخل كل واحد منا شخص رابح وآخر خاسر، رجل غني ورجل فقير، رجل نشيط وآخر كسول. هذه هي المعركة. السبب الذي يدفعك إلى الانضمام إلى شركة

تسويق شبكي هو أنهم سيدعمون الشخص الغني بداخلك لينهض ويصبح ذا شأن. يريدك أصدقاؤك الخاسرون أن تظل جالسًا في مكانك، فهم يريدونك أن

تتصرف بحذر وتتجنب المخاطرة وتعمل الأربعين ساعة؛ لأنك لو لم تفعل ذلك فلن تستفز ملكاتهم للقيام بأي شيء مختلف. ولكن راعي شبكة التسويق الخاصة

بك يريد أن يرى نجاحك، وفريق التسويق الشبكي يريدون رؤيتك وأنت تتفوق وتتخذ خطوات تفوق ما اعتدت على فعله في السابق، وتتجاوز ما فعلته طيلة

تاريخك المهني حتى تصبح شخصًا استثنائيًّا وبارعًا بدلًا من أن تبقى مجرد شخص عادي.

يسهل عليك أن تقول: "لا أستطيع تحمل هذا الأمر" أو "إن هذا الأمر مكلف للغاية"

أو "أريد فقط الحصول على الفوائد، ولا أريد أن أبذل جهدًا شديدًا أو أن أخاطر". إن من يتحدث الآن هو الشخص الخاسر.

لا ينبغي أن تشعر بالسوء حيال هذا الأمر، فجميعنا لدينا شخص خاسر بداخلنا. وأنا لديَّ واحد أيضًا، وفي كثير من الأحيان يكون له اليد العليا، على الأقل لوقت

قصير. إنني أسأل نفسي كل صباح لأتخذ القرار: من سينهض اليوم من النوم؟ الشخص الغني أم الشخص الفقير؟ الرابح أم الخاسر؟ تلك هي معركتنا.

نمتلك جميعًا - في الحقيقة - مجموعة كاملة من الشخصيات بداخلنا، إنها سلسلة كاملة من الشخصيات التي يحتمل أن نصبح عليها. لقد أردت أن أستدعي

بداخلي ذلك الشخص السعيد في حياته الزوجية، الذي قام بترك بصمة في هذا الكوكب، الذي طالما تاق للحصول على الحرية.

وفي كل مرة نسمح فيها لمخاوفنا وشكوكنا وضعف تقديرنا لأنفسنا بالفوز، تطفو شخصية الشخص الخاسر على السطح، ويمارس سطوته. يمكنك أن تتعلم

كيفية تجاهل الشخص الخاسر بداخلك عن طريق تعلُّم مشاركة رؤيتك مع الآخرين، وأن توضح رؤيتك من خلال سرد قصص مؤثرة ومقنعة، وبهذه الطريقة

ستسمح للشخص الرابح بأن يظهر على السطح. فإن تعلُّم كيفية سرد القصص المؤثرة يعني تعلُّم أن تكون شخصية رابحة أمام الجميع.

إن غالبية الأشخاص لا يمتلكون القدرة على الاستمرار في المضي قدمًا والتعامل مع الأمور المحبطة التي قد

تعترض طريقهم، والحفاظ على الهدف الذي يسعون

لتحقيقه؛

فهم ببساطة لم يتدربوا على هذه المهارة، ولكنها مهارة تشكل أهمية كبيرة. إنها هي المهارة الحقيقية للشخص الذي أتقن العمل في الفئة " B ". هكذا يفكر أصحاب

الأعمال، وتلك هي السمة الأكثر أهمية التي ستتعلمها من تأسيس مشروع التسويق الشبكي الخاص بك.

لقد استغرقت عامين كاملين، عندما بدأت العمل في شركة زيروكس، لكي ابدأ في استجماع قواي وأسمح للشخص الرابح بداخلي بأن يظهر. وكنت على وشك أن

أطرد من العمل في نهاية هذين العامين، ولكن من حسن حظي أن ثقتي بنفسي بدأت تزيد أخيرًا في هذا الوقت. وتحسنت مبيعاتي وأصبحت في خلال عامين

الموظف رقم ١ أو ٢ في مكتبي بشكل دائم.

> يمنحك التسويق الشبكي فرصة مواجهة مخاوفك والتعامل معها والتغلب عليها وإبراز الشخص الفائز الذي يعيش بداخلك.

كان ازدياد احترامي لنفسي وتقديري لها أهم عندي من راتبي؛ حيث إن إعادة بناء ثقتي بنفسي وتقديري لذاتي كان لا يقدر بثمن، ولقد ساعدني ذلك على جني

ملايين الدولارات. ولهذا السبب سأكون ممتنًّا دائمًا لشركة زيروكس وفريق العمل بها الذي علمني كيف أتغلب على هواجسي وشكوكي ومخاوفي. وأنا أوصي اليوم

بقوة بالتسويق الشبكي؛ لأنه المجال الذي يوفر فرصة

إعادة بناء ثقتك بنفسك وتعزيزها، تلك التي توفرت لي في شركة زيروكس.

كما يمنحك التسويق الشبكي فرصة مواجهة مخاوفك والتعامل معها والتغلب عليها وإبراز الشخص الفائز الذي يعيش بداخلك.

وبكل تأكيد إن مجرد الانضمام إلى شركة تسويق شبكي والبدء في تأسيس المشروع التجاري الخاص بك لا يعني أنك تغلبت على الشخص الخاسر الموجود بداخلك.

سوف يستغرق الوصول إلى الحرية الحقيقية عدة سنوات، إننا نتحدث كثيرًا عن الحرية في هذه الدولة. لكنك لن تتمتع حقًّا بالحرية ما لم تحقق الحرية المالية ،

وهذا يحتاج إلى وقت طويل لتحقيقه.

لم أكن أمتلك أي شيء عندما وُلدت، ثم كوَّنت ثروة وخسرتها عدة مرات؛ لذلك أنا أعرف شعور أن تخسر كل شيء: يستطيع الشخص الخاسر أن يسيطر عليك

بسهولة تامة في تلك الأوقات الصعبة. وستمر بأوقات تشعر فيها بأنك تخضع لاختبار، عندما يقول لك أصدقاؤك: "أخبرتك بذلك من قبل"، وتستمع لأفراد

أسرتك وهم يقولون لك مرارًا وتكرارًا: "ألا تعتقد أن الوضع سيتحسن إذا بذلت مزيدًا من الجهد في وظيفتك، وتركت أمر التسويق الشبكي هذا؟".

ولكي أصدقك القول، سيكون هناك أوقات تجد في نفسك رغبة شديدة في السماح للشخص الخاسر الكامن بداخلك بإدارة الموقف. فلا تفعل ذلك.

انتصر عليه!

مدرسة الطيران

جميع يرقات الفراشات تصنع الشرنقة قبل أن تتحول إلى فراشات، وكانت مدرسة الطيران هي الشرنقة الخاصة بي، التحقت بها بعد أن تخرجت في الجامعة،

وتخرجت فيها وأنا طيار على أتم الاستعداد للذهاب إلى فيتنام.

لا أعتقد أنني كنت سأقدر على المشاركة في الحرب إذا التحقت بمدرسة طيران مدني، على الرغم من أنني طيار. فما نتعلمه كطيارين حربيين يختلف تمامًا عما

يتعلمه الطيارون المدنيون؛ حيث تختلف مهارات كل منهم، وتختلف كذلك كثافة التدريب الذي يحصلون عليه، كما أن إدراكنا لحقيقة أننا سنذهب إلى الحرب

بعد انتهاء التدريب يضع كل شيء في منظور مختلف بالنسبة إلينا.

واستغرق الأمر ما يقرب من عامين لاجتياز الدراسة في مدرسة الطيران في فلوريدا. وحصلت على شهادتي، ثم انتقلت إلى تدريب طيران متقدم في قاعدة كامب

بندلتون، بكاليفورنيا. وهناك تصاعدت حدة التدريب: كنا نتدرب على القتال أكثر مما نتدرب

على الطيران.

وبعد أن انتهينا من الدراسة في كلية الطيران وأصبحنا طيارين، وكان أمامنا عام واحد لنستعد للذهاب إلى فيتنام، كنا نخرج في طلعات جوية تدريبية باستمرار

تحت ظروف تضعنا في اختبار عقلي وعاطفي وجسماني وروحي في كثير من الأحيان.

تغير شيء ما بداخلي بعد أن قضيت حوالي ثمانية

أشهر في قاعدة كامب بندلتون. وخلال إحدى الطلعات التدريبية أصبحت أخيرًا طيارًا على استعداد للذهاب إلى الحرب، فحتى ذلك الحين كنت أحلّق بعقلي وقلبي وجسدي. بعض الناس يطلقون على ذلك "التحليق دون تفكير". وفي أثناء تلك المهمة التدريبية تغيرت من الناحية الروحية؛ حيث كانت المهمة شديدة الوطء ومخيفة لدرجة أن كل شكوكي ومخاوفي أُجبرت فجأة على التنحي جانبًا، وتولت روحي السيطرة. وأصبح التحليق جزءًا مني؛ كنت أشعر بسلام وطمأنينة داخل كابينة الطائرة، وصارت الطائرة جزءًا مني وأصبحت مستعدًّا للذهاب إلى فيتنام.

وهذا لا يعني عدم شعوري بالخوف على الإطلاق. فكنت لا أزال أشعر بالمخاوف نفسها بشأن الذهاب إلى الحرب، الخوف من الموت أو ما هو أسوأ من ذلك، كنت أخاف من أن أتعرض للإعاقة الجسدية. الفرق الوحيد هو أنني كنت مستعدًّا للذهاب إلى الحرب، وتغلبت ثقتي بنفسي على مخاوفي.

لقد اتبعت في عملية تحولي إلى رجل أعمال ومستثمر تقريبًا الخطوات نفسها التي اتبعتها في عملية تحولي إلى طيار مستعد للاشتراك في المعركة. كلفني هذا التحول الفشل مرتين في مجال الأعمال قبل أن أكتشف فجأة تلك السمة التي غالبًا ما تسمى بروح ريادة الأعمال . تلك هي الروح التي تبقيني ضمن الفئة " B " والفئة " I " على النموذج الرباعي للتدفقات النقدية مهما بلغت صعوبة الأمور. كما أنني أحافظ على بقائي ضمن الفئة " B " والفئة " I " بدلًا من الانجراف إلى

الفئة " E " أو الفئة " S " حيث الأمان والراحة.

ويمكنني القول إن اكتساب الثقة والشعور بالراحة في الفئة " B " استغرق مني حوالي خمسة عشر عامًا، ولكنك أوفر حظًّا مني؛ حيث إنك لست بحاجة إلى قضاء كل هذا الوقت، أو أن تمر بكل تلك الإخفاقات والمعاناة التي مررتُ بها أنا. يمكنك الحصول على الخبرة نفسها التي تغير مجرى حياتك هنا في مدرسة تعليم الطيران الخاصة بك، ألا وهي: التسويق الشبكي.

كيف غيَّرت مهاراتي التجارية مجرى حياتي؟

الآن، وبعد أن تحدثت عن التدريب العسكري وتعلُّم الطيران في ظل ظروف المعركة في أدغال فيتنام، أريد أن أخبرك بقصة أخرى عن صقل المهارات الشخصية، وتلك القصة ليست في ساحة المعركة، بل في ساحة الحب.

لو لم أخض نمط التعليم الصعب والقاسي من أجل اكتساب مهارات الأعمال في عالم الواقع، فلا أعتقد أنني كنت سأحظى بالحظ الكافي لأتزوج فتاة أحلامي. ولكنني تعلمت تلك المهارات، وتزوجت منها.

عندما التقيت ب"كيم" لأول مرة رأيت أنها أجمل امرأة في العالم. كنت عاجزًا عن الكلام وخائفًا من فكرة التحدث معها. ولكنْ علمني التدريب العملي كيفية التغلب على خوفي من الفشل والرفض، وكان ذلك التدريب على وشك أن يؤتي ثماره بشكل كبير. فبدلًا من الاختباء في آخر الغرفة والتحديق إليها من بعيد، وهذا ما كنت سأفعله بالضبط قبل عدة سنوات، ذهبت إليها بجرأة وقلت لها "مرحبًا".

استدارت "كيم" وارتسمت ابتسامتها الجميلة على وجهها، فوقعت في حبها. كانت هي المرأة التي أحلم بالزواج منها، ولكن عندما طلبت التعرف عليها رفضت.

كان "روبرت كيوساكي" السابق سيتراجع ويقبل الهزيمة. ولكن التدريب العملي التجاري علمني أن أكون أكثر صلابة: فاستجمعت قواي وطلبت التعرف عليها مرة

أخرى، فرفضت للمرة الثانية. فاهتزت حينها ثقتي بنفسي وكبريائي كرجل، ثم طلبت الخروج معها مرة أخرى، ولكن كانت إجابتها في هذه المرة أيضًا بالرفض.

استمرت هذه الحال لمدة ستة أشهر، في كل مرة ترفض الخروج معي، اضطررت حينها إلى الاختفاء لفترة حتى يتعافى كبريائي المجروح، وكنت أتألم نفسيًّا بشدة.

ولو لم أتعلم كيفية التغلب على شكوكي الذاتية، لم أكن لأستمر أبدًا في طلب الخروج معها للتعرف إليها لمدة ستة أشهر، ولكنني استمررت بالفعل. وأخيرًا

وافقت على هذا الأمر في أحد الأيام، ولم نفترق عن بعضنا منذ ذلك الحين.

لا أحكي هذه القصة لأنها قصة عاطفية وجميلة عن "روبرت" و"كيم" اللذين تقابلا وأصبحا زوجين، بل أحكيها لأنها توضح نقطة شديدة الأهمية؛ الأمر لا يتعلق

فقط بالعمل التجاري والمال، ولكننا نتكلم هنا عن حياتك . فالطريقة التي تربح بها المال وتبني بها حياتك المهنية، هي الطريقة التي تحدد بها مصيرك وتبني بها تراثك.

الفصل الحادى عشر

الأصل رقم # ٣: دائرة الأصدقاء الذين يشاركونك أحلامك وقيمك

أنا على وشك أن أخبرك بشيء قد تراه قاسيًا، ولكن إذا أردت إنشاء مسار اقتصادي مختلف في حياتك، فأنت بحاجة إلى إيجاد أصدقاء جدد، أكثر من حاجتك إلى

الحصول على وظيفة جديدة؛ لماذا؟ لأن أصدقاءك الحاليين قد يعوقون تقدمك في الحياة، على الرغم من أنهم يحبونك ولا يقصدون إيذاءك.

من الممكن أن يكون قد نما إلى علمك من قبل أن دخلك عادة ما يعادل تقريبًا متوسط دخل خمسة من أصدقائك المقربين. ولا شك في أنك سمعت المثل القائل "

الطيور على أشكالها تقع". وينطبق هذا المثل أيضًا على الأثرياء والفقراء وأفراد الطبقة الوسطى. وبعبارة أخرى، يتعامل الأثرياء مع الأثرياء، ويتعامل الفقراء مع

الفقراء، ويصادق أفراد الطبقة المتوسطة غيرهم من أفراد الطبقة المتوسطة أيضًا.

كان والدي الغني يقول كثيرًا: "إذا أردت أن تصبح ثريًّا، فعليك أن تُكوِّن شبكة علاقات من الأثرياء أو من الأشخاص الذين يستطيعون مساعدتك في أن تكون

ثريًّا".

يقضي كثير من الأشخاص حياتهم وهم يصادقون ويتواصلون مع أشخاص يعوقونهم عن النمو الاقتصادي. ولكنْ في مجال التسويق الشبكي ستصادق الأشخاص

الذين يساعدونك على أن تصبح أكثر ثراءً. اطرح على

نفسك هذا السؤال: "هل الأشخاص الذين أقضي معهم وقتي مكرسون لمساعدتي على أن أصبح أكثر ثراءً؟ أم

أنهم يرغبون في أن أقضي حياتي موظفًا مجتهدًا؟".

وأنا في عمر الخامسة عشرة كنت أعلم أنني أريد أن أتمتع بالحرية المالية، وأن الطريق الوحيد لفعل ذلك هو تعلم كيفية التواصل مع الأشخاص الذين

يستطيعون مساعدتي على الوصول لتلك الغاية. وقررت أن أسعى إلى التعرف على الأصدقاء الذين يريدونني أن أكون ثريًّا، بدلًا من أن أكون موظفًا مخلصًا يعمل

لصالح الأثرياء.

وكانت تلك لحظة فارقة في حياتي. ولم يكن اتخاذ هذا القرار بالأمر السهل؛ لأنني وجدت نفسي في سن الخامسة عشرة مضطرًّا إلى أن أكون حذرًا جدًّا في انتقاء

الأشخاص الذين سأقضي وقتي معهم، والمعلمين الذين سأستمع إلى نصائحهم. وإذا كنت تفكر في بناء مشروع تجاري خاص بك، فعليك أن تنتبه تمامًا إلى نوعية

الأشخاص الذين تقضي معهم وقتك ومن هم معلموك. إنه لأمر بالغ الأهمية عليك وضعه في اعتبارك.

كان أصعب شيء في الاستقالة من شركة زيروكس هو أني اضطررت إلى التخلي عن بعض الصداقات. ينتمي معظم أصدقائي وأفراد أسرتي إلى الفئة " E "، ولديهم

قيم مختلفة عن قيمي. فهم يُقدِّرون الأمان والراتب الثابت، فيما كنت أقدِّر الحرية والاستقلال المالي. لهذا

السبب كان اتخاذ تلك القرارات تجربة مؤلمة، ولكنه كان ضروريًّا لتحقيق التطور والازدهار.

ربما تمر بتجربة مماثلة في مجال التسويق الشبكي، وربما تجد أن أصدقاءك أو أفراد أسرتك لا يفهمون ولا يتعاطفون مع قرارك في دراسة مجال التسويق

الشبكي، أو قد تجد بعض الأشخاص الذين يحاولون التثبيط من عزيمتك. ستجد بعض الأصدقاء الذين يخبرونك بأنك مجنون أو أنك أبله أو ترتكب خطأً كبيرًا.

وقد تخسر بعض الأصدقاء. لقد ترددت في كتابة تلك الجملة لأنها تبدو قاسية، ولكنَّ السبب في قسوتها هو أنها حقيقية.

عليك أن تضع في اعتبارك أن هذا ليس له علاقة بالتسويق الشبكي في حد ذاته. ويرجع السبب فيما يحدث هنا فعليًّا إلى التحول الهائل الذي تجريه في حياتك،

التحول من العيش في الفئة " E " أو الفئة " S " إلى العيش في الفئة " B ". إن الأمر لا يتعلق بتغيير وظيفتك فحسب، بل هو أشبه بالانتقال إلى بلد آخر، أو تغيير معتقداتك، أو تغيير انتماءاتك للأحزاب السياسية.

> لا يوفر التسويق الشبكي قدرًا كبيرًا من التعليم التجاري فقط، بل يوفر أيضًا عالمًا جديدًا من الأصدقاء - أصدقاء يسيرون في الاتجاه نفسه الذي تنشده ويتشاركون معك القيم الأساسية نفسها.

كتب الشاعر الإنجليزي " جون دون" في إحدى قصائده: " لا أحد منا جزيرة مستقلة بذاتها بمنأى عن الآخرين، بل كل إنسان جزء من القارة، وجزء من الكل". لقد

قال هذه القصيدة قديمًا في عام ١٦٢٣، ولكنها تنطبق كثيرًا على عالمنا الحالي المتشابك للغاية.

لا تستطيع أن تصبح ثريًّا وأنت بمعزل عمن حولك؛ لأن كفاءتك تعادل كفاءة المجتمع المحيط بك المكون من الأشخاص الذين تتعامل وتتحدث وتعمل وتلهو

معهم.

جون: هذا الأمر ينطبق على جميع مجالات حياتك، ولكنه ينطبق بشكل خاص على التسويق الشبكي ووثيق الصلة به. لأنك عندما تقوم ببناء شركة تسويق شبكي،

فأنت تبني فعليًّا حولك مجتمعًا قويًّا وجديدًا من الأصدقاء الذين يتعلمون القيم والمهارات التجارية نفسها التي تتعلمها أنت أيضًا.

وهذه أيضًا إحدى المزايا الكبيرة للعمل في التسويق الشبكي: فبدلًا من أن تكون محاطًا بمجموعة من الأشخاص الذين يتنافسون معك على الترقية التالية، ستجد

أنك محاط في عملك بأشخاص يهتمون بنجاحك بقدر اهتمامك أنت به؛ لأن نجاحك هو الذي يضمن نجاحهم. هناك احتمالات قوية بأن يصبح بعضهم أصدقاءك

المفضلين الجدد.

في الواقع، وفقًا لرابطة البيع المباشر (DSA)، فإن هناك كثيرًا من الأشخاص المنضمين لشركات التسويق الشبكي ، ويشعرون بولاء وتقدير لها، يرون أن الشبكة

الاجتماعية التي ينتمون إليها هي أكثر أهمية من الدخل الذي يجنونه.

خلاصة القول: لا يوفر التسويق الشبكي قدرًا كبيرًا من

التعليم التجاري فقط، بل يوفر أيضًا عالمًا جديدًا من الأصدقاء - أصدقاء يسيرون في الاتجاه نفسه الذي

تنشده ويتشاركون معك القيم الأساسية نفسها.

هذا النوع من الصداقة الذي يتحدث عنه "جون" لا يقدر بثمن بالنسبة إليَّ، مثل أفضل التدريبات التي تلقيتها على العمل التجاري.

أنا لديَّ حاليًّا أصدقاء ينتمون إلى جميع الفئات الأربع، ولكنَّ أصدقائي الأساسيين الذين أقضي الوقت معهم فعليًّا، ووقتهم يعني لي الكثير، هم من ينتمون مثلي

إلى الفئة " B "، والفئة " I ".

وعلى ذكر الأصدقاء، فهؤلاء الأصدقاء الذين تركتهم في شركة زيروكس لا يزالون أصدقاء رائعين بالنسبة إليَّ حتى اليوم. وسيظلون دائمًا أصدقاء رائعين؛ لأنهم

وقفوا بجانبي في مرحلة انتقالية في حياتي. ولكن بالنسبة إليَّ كان هذا الوقت المناسب للمضي قدمًا. وإذا حان الوقت المناسب بالنسبة إليك للمضي قدمًا، وشعرت

بأن من في الفئة " B " يدعونك لتنضم إليهم، فربما تحتاج حينها إلى الانضمام إلى شركة تسويق شبكي وتبدأ في الالتقاء بأصدقاء جدد.

الفصل الثاني عشر

الأصل رقم # ٤: القوة الكامنة في شبكتك

أحد الأشياء التي جذبت اهتمامي للوهلة الأولى في نموذج التسويق الشبكي عندما بدأت البحث فيه بجدية في تسعينيات القرن العشرين هو استخدام كلمة

شبكة . أنا أتذكر أن والدي الغني كان يُجل هذا المصطلح جدًّا.

كان "توماس إديسون" أحد الأبطال بالنسبة إلى والدي الغني. يظن الكثيرون حاليًّا أن "إديسون" هو مخترع المصباح الكهربائي، لكن هذا ليس حقيقيًّا. لم يخترع

"إديسون" المصباح الكهربائي، ولكنه عمل على تطويره وتحسينه. والأكثر أهمية من ذلك أنه اكتشف كيفية تحويله إلى عمل تجاري.

بعد أن تسرب "إديسون" من التعليم (لأن معلميه كانوا يعتقدون أنه لا يمتلك الذكاء الكافي للنجاح في المدرسة) عمل "إديسون" في بيع الحلوى والصحف في

السكك الحديدية. وبعد فترة وجيزة بدأ في طباعة جريدته الخاصة. وفي خلال عام قام بتعيين فريق من الصبية الصغار لبيع الحلوى مع جريدته، وتحول من

مجرد موظف إلى صاحب عمل تجاري.

> لا تكمن القوة في المنتج، بل في الشبكة، وإذا أردت أن تصبح ثريًّا، فإن أفضل إستراتيجية يمكن اتباعها هي إيجاد وسيلة لبناء شبكة قوية، قابلة للنمو والتطور.

ضاق صدر "إديسون" ذلك الشاب الصغير من العمل في بيع الصحف، وتعلَّم كيفية إرسال شفرة مورس واستقبالها؛ حتى يستطيع الحصول على وظيفة عامل

تلغراف. وبعد وقت قريب، أصبح واحدًا من أفضل عمال تشغيل التلغراف، وهذا هو المكان الذي تعلم فيه السر الذي جعله مليونيرًا. فعندما كان يعمل عامل

تلغراف تعرَّف على السر الذي جعل من اختراع التلغراف

اختراعًا ناجحًا؛ فقد كان نجاحه يرجع إلى استخدام نظام الخطوط، والأعمدة، ووجود الأشخاص ذوي

المهارات ومحطات الإرسال. إنها القوة الكامنة

في الشبكة.

في حين أن "إديسون" قد اشتهر بإدخال بعض التعديلات على المصباح الكهربائي، وقام بتطوير السلك الكهربائي الذي جعل المصباح يمكن استخدامه في الحياة

العملية، لكن عبقريته الحقيقية تمثلت في تأسيس شركة تقوم بربط الخطوط الكهربائية؛ مما أدى إلى انتشار المصباح الكهربائي في المجتمع. وكانت شركة جنرال

إلكتريك التي أسسها "إديسون" هي السبب في جعله واحدًا من الأثرياء الكبار.

إن تطوير المصباح الكهربائي في حد ذاته ليس هو وحده الذي جعل من مشروع "إديسون" التجاري بمثابة طفرة كبيرة، بل نظام الخطوط الكهربائية ومحطات

الإرسال التي كانت تعمل بطاقة المصباح الكهربائي هي التي أكسبته هذا التأثير. كانت الشبكة هي التي جعلته مؤثرًا.

قال لي والدي الغني: "إن الأشخاص الأكثر ثراءً في العالم يبنون الشبكات، بينما يبحث الآخرون عن العمل".

بدءًا من أقطاب شركات الشحن، وأباطرة السكك الحديدية، إلى " سام والتون" و"بيل جيتس" و"جيف بيزوس"، تكونت أعظم ثروات في العالم من قِبل هؤلاء

الذي اكتشفوا كيفية بناء الشبكات . لم يصنع "سام

والتون" البضائع للناس، بل كوَّن شبكة توزيع لتوصيل تلك البضائع لهم. لم يصنع "بيل جيتس" أجهزة

الكمبيوتر، ولكنه أسس نظام التشغيل الذي يدير تلك الأجهزة. ولم يعمل "جيف بيزوس" في نشر الكتب، ولكنه أنشأ شبكة أمازون على الإنترنت التي توفر تلك

الكتب للجمهور.

لا تكمن القوة في المنتج، بل في الشبكة. وإذا أردت أن تصبح ثريًّا، فإن أفضل إستراتيجية يمكن اتباعها هي إيجاد وسيلة لبناء شبكة قوية قابلة للنمو والتطور.

ليس معظمنا - في الحقيقة - مثل "توماس إديسون" و"سام والتون" و"بيل جيتس"، ولن يكونوا أبدًا مثلهم. نعم، سيكون هناك مجموعة من الرواد المبدعين

البارزين في كل جيل، الذين يستطيعون تأسيس شبكات جديدة من الصفر حتى تبلغ قيمتها مليارات الدولارات كما فعل هؤلاء الرجال. ولكن هذا ليس طموحًا

مناسبًا لدى عشرات الآلاف من الأشخاص، ناهيك عن الملايين منهم.

وهذا هو السبب في روعة التسويق الشبكي. والشركات التي تعمل في مجال التسويق الشبكي تقدم حاليًّا لملايين الأشخاص مثلك فرصة بناء شبكة خاصة بهم بدلًا

من قضاء حياتهم في العمل لصالح شبكة شخص آخر.

قانون ميتكالف

يُنسب الفضل إلى "روبرت ميتكالف"، مؤسس شركة ثري كوم وأحد مبتكري شبكات الإيثرنت، في وضع المعادلة التي تحدد قيمة الشبكات.

ق = ش ٢

بعباره أخرى تعادل القيمة الاقتصادية للشبكة مربع عدد مستخدمي الشبكة.

ولتوضيح قانون ميتكالف بمصطلحات بسيطة، يمكننا القول إنه كلما أُضيف مستخدمون إلى الشبكة، تزيد قيمتها بمتوالية هندسية.

فلنأخذ شبكة الهواتف كمثال. إذا كان لديك هاتف واحد، فإن هذا الهاتف الوحيد ليس لديه أية قيمة اقتصادية حقيقية. (فإذا كنت أنت الوحيد الذي لديه هاتف،

فمن الذي ستتصل به؟) وعندما تضيف هاتفًا آخر تزداد القيمة الاقتصادية لشبكة الهاتف زيادة تربيعية وفقًا لقانون ميتكالف. وقد تنطلق القيمة الاقتصادية

للشبكة من صفر إلى اثنين تربيع أو أربعة. وعند إضافة هاتف ثالث ستصبح القيمة الاقتصادية للشبكة تسعة. بعبارة أخرى ترتفع القيمة الاقتصادية للشبكة

بطريقة تصاعدية وليست عددية.

دخول الشبكات في عالم الأعمال

كان نموذج العمل التجاري التقليدي في العصر الصناعي يعمل بطريقة تشبه الإمبراطورية كثيرًا؛ حيث سيطرت عليه القوة المركزية "الحكومة"، التي حافظت على

الهوية المحدودة للنموذج التجاري، بصرف النظر عن معدلات النمو الكبيرة التي يحققها.

وفي خمسينيات القرن العشرين ظهر نوع جديد من المشروعات التجارية، ذلك النوع الذي حافظ على تماسكه ليس عن طريق السيطرة على كل جوانبه من

خلال

مكتب مركزي واحد، بل عن طريق استخدام نموذج الشبكة بدلًا من ذلك. وكانت تلك الفكرة مستحدثة جدًّا لدرجة أن الكثيرين انتقدوها، كما صوَّت أحد عشر

عضوًا في الكونجرس الأمريكي على إعلان عدم قانونية هذا العمل. ولكنه ظل صامدًا في سنواته الأولى، واليوم هو مسئول عن أكثر من ٣٪ من مبيعات التجزئة

الأمريكية، وما زال في ازدهار ونجاح في جميع أنحاء العالم. وتشتمل علاماته التجارية الأكثر شهرة على إيس هاردوير، وصب واي، فضلًا عن العلامة التجارية

الأكثر شهرة منها جميعًا، وهي ماكدونالدز بالطبع.

يدعى نموذج العمل الأساسي بحق الامتياز.

حق الامتياز هو أحد أنواع شبكة الأعمال التجارية الذي يعمل فيه عديد من أصحاب المشروعات التجارية وفقًا لبرنامج العمل نفسه. وبطريقة عملية جدًّا يمكن

القول إن جميعهم يتشاركون القيم نفسها.

ولكنَّ حق الامتياز كان مجرد خطوة أولى في عملية تطوير الشبكات في عالم الأعمال التجارية. وسأدع "جون" يخبركم بما حدث بعد ذلك.

جون: أنت محق يا "روبرت". هذه ليست مجرد مسألة دفع عمولة على نحو مختلف، ولا الأمر عبارة عن نقل مسئولية التسويق إلى طرف آخر. ولكنها طريقة تفكير

مختلفة تمامًا في إدارة الأعمال، تلك الطريقة التي تعكس اقتصاد عصر المعلومات من خلال العمل الشبكي، على العكس من اقتصاد العصر الصناعي الذي كان

يتمركز حول الإعلانات المكثفة.

بعد حق الامتياز بدأت الخطوة التالية في تطوير الأعمال الشبكية في ستينيات القرن العشرين، وبدأت في إحراز تقدم فعلي في السبعينيات والثمانينيات. فبدلًا من

مجموعة من شركات الامتياز تكون هذا النموذج من تلقاء نفسه من خلال تكوين شبكة من أفراد الامتياز؛ مما يعني أن بإمكانك أن تطلق عليها اسم "الامتياز الشخصي".

وتعرض هذا النوع من الأعمال أيضًا إلى الكثير من الانتقاد، مثل نموذج الامتياز الأصلي الذي ظهر أولًا، ولكنه تمكن من تجاوز هذا الأمر، واستطاع أن يزدهر رغم ذلك.

ويطلق على هذا النموذج التسويق الشبكي.

روبرت: وعلى أية حال تكمن حقيقة حق الامتياز في أنك تصير جزءًا من الشبكة بوصفك مالكًا لحق الامتياز، ولكنك لا تمتلكها، بل تمتلك فقط مشروعك التجاري المحدد. بوصفك مسوِّقًا شبكيًّا من ناحية أخرى ...

جون: بوصفك مسوِّقًا شبكيًّا، فأنت لا تبني الشبكة فقط، بل تمتلك في الواقع شبكتك الخاصة. وكما أشرت يا "روبرت"، فتلك الشبكة تمنحك قوة مالية هائلة.

بعبارة أخرى إن عملك مسوِّقًا شبكيًّا، يسمح لك باستغلال قوة قانون ميتكالف.

كيف ذلك؟ لا يحدث ذلك ببساطة عن طريق الانضمام إلى شركة تسويق شبكي؛ فالأمر يشبه حينها بأن تكون الشخص الوحيد الذي يمتلك الهاتف، في الوقت

الذي لا يمتلك أي شخص آخر هاتفًا. أما من أجل تسخير قوة قانون ميتكالف، فعليك القيام بتنمية الشبكة عن طريق الانضمام إلى شخص آخر يشبهك تمامًا،

ومن الممكن أن يكون ذلك الشخص شريكًا لك. وبمجرد إضافة شخص آخر إلى الشبكة، تزداد القيمة الاقتصادية لشبكتك زيادة تربيعية. وعندما يكون هناك ثلاثة

أشخاص في شبكتك، تنطلق القيمة الاقتصادية للشبكة من أربعة إلى تسعة. وعندما يقوم كل من الشخصين الآخرين اللذين أحضرتهما إلى الشبكة بإضافة

شخصين آخرين، تبدأ القيمة الاقتصادية للشبكة تنطلق بسرعة صاروخية. أنت تعمل بطريقة حسابية، بينما تنمو القيمة الاقتصادية للشبكة بطريقة تصاعدية.

ولتوضيح الأمور بشكل أكبر، يعني قانون ميتكالف أن الشبكة تعمل كالرافعة؛ حيث تسمح لك برفع قيمة وقتك ومجهودك.

قال " أرشميدس" - وهو مهندس يوناني قديم يرجع الفضل إليه في اكتشاف مبدأ الرافعة - ذات مرة: " أعطني مكانًا أقف عليه، وسأتمكن من تحريك العالم".

ومن أجل إثبات قوة الرافعة المطلقة بشكل عملي أعد "أرشميدس" نظامًا دقيقًا من الحبال والبكرات، ثم ربط تلك المصفوفة العظيمة من الحبال بأسطول كامل

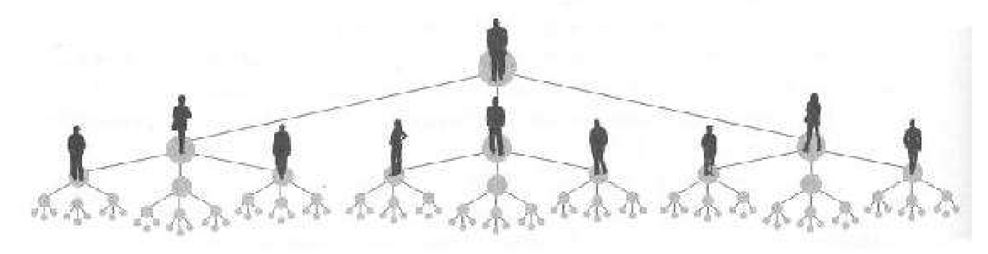
من السفن الحربية اليونانية. وبعد أن أصبح كل شيء جاهزًا وكان الحشد يراقبه في صمت، أمسك "أرشميدس" هذا الحامل الخشبي وسحبه بكل قوته، وبدأ

أسطول السفن بأكمله يتحرك في البحر!

هذه هي قوة الشبكة.

ومن خلال مصفوفة الحبال تلك تمكن "أرشميدس" من أداء هذا العمل العبقري، الذي كان سيتطلب أداؤه قوة مشتركة من آلاف الملاحين. وماذا كانت مصفوفة الحبال تلك بالضبط؟ إنها الشبكة .

وتلك هي القوة الهائلة التي تجعل الشائعات تنتشر؛ حيث يخبر شخص ما ثلاثة آخرين، فيخبر كل منهم ثلاثة أشخاص، ويخبر كل واحد منهم ثلاثة أشخاص آخرين، وقريبًا جدًّا يصبح الجميع على علم بهذا الأمر. وتلك هي الطريقة التي تنتشر بها صيحات الموضة، وهذا هو صلب إستراتيجية التسويق الشبكي: وهو تسخير قوة قانون ميتكالف بغرض مضاعفة مجهودك من خلال استخدام شبكة من الأفراد.



ويعد التسويق الشبكي أحد نماذج الأعمال الأسرع نموًّا في العالم حاليًّا، ولكن لا يزال معظم الأشخاص لا يستطيعون رؤيته؛ لماذا؟ قد يرى المستهلكون المنتج - منتجات العناية المنزلية أو العناية الصحية، أو خدمات الاتصالات، أو الخدمات المالية أو القانونية - ولكنهم لا يدركون أن هذا ليس العمل التجاري الحقيقي. إن العمل التجاري الحقيقي

لا يتمثل في المنتج، بل يتمثل في الشبكات التي يتم تسويق المنتج من خلالها في جميع أنحاء العالم. ليس مصباح "إديسون" الكهربائي هو الذي أحدث الفارق، بل شبكته الكهربائية.

ولا يزال الكثيرون لا يدركون قيمة التسويق الشبكي؛ لأنه غير مرئي، إنه يمثل قيمة افتراضية ، وليست مادية. فلا يمكنك رؤيته بالعين لأنه غير واضح تمامًا. إنه

نموذج عمل تجاري حقيقي في عصر المعلومات: فمن أجل إدراك قيمته، لا يكفي أن تفتح عينيك فقط، بل عليك أن تفتح ذهنك أيضًا. عليك أن تبحث بنفسك،

فلن تجد لافتات تدلك على الطريق ولن تجد من يأخذ بيدك لكي تتعرف على التسويق الشبكي. لقد انتشر التسويق الشبكي في جميع أنحاء العالم، ومع ذلك لا

تزال أعداد كبيرة من الأشخاص عاجزة عن رؤيته ومعرفته.

والشركات مثل جنرال موتورز وجنرال إلكتريك تنتمي إلى شركات عصر الصناعة. أما الامتيازات، مثل: ماكدونالدز، وصب واي، وإيس هاردوير، ويو.بي.إس ستور،

وغيرها من الامتيازات فتعد من شركات المرحلة الانتقالية التي ظهرت للعبور من العصر الصناعي إلى عصر المعلومات. وتعد شركات التسويق الشبكي شركات عصر

المعلومات الحقيقية؛ لأنها لا تتعامل فقط مع الأراضي والمواد الخام والمصانع والموظفين، ولكن مع المعلومات الخالصة.

وربما تعتقد، باعتبارك مسوِّقًا شبكيًّا، أن وظيفتك تنطوي على عرض المنتج وبيعه، ولكنها ليست كذلك، بل تنطوي على توصيل المعلومات والقدرة على عرضها بشكل رائع وبناء شبكة.

الفصل الثالث عشر

الأصل رقم # ٥: المشروع التجاري القابل للمضاعفة والتطوير

إليك حقيقةً جوهريةً بشأن التسويق الشبكي، التي قد تفاجئك: هذا العمل ليس مخصصًّا للموهوبين في مجال المبيعات. لقد وعدتك، عزيزي القارئ، في أحد

الفصول السابقة بأن "جون" سيخبرك بالمزيد عن هذا الأمر، وها قد حان الوقت.

روبرت: هل توافقني الرأي يا "جون" في أن الأشخاص الأكثر نجاحًا في التسويق الشبكي ليسوا بالضرورة أكثر موظفي المبيعات براعة وموهبة؟

جون : لن أوافقك الرأي فقط، ولكن سأقول في الواقع إن العكس هو الصحيح بطريقة ما؛ حيث يجب على "موظف المبيعات الموهوب بالفطرة" أن ينسى في البداية

كل شيء عرفه عن البيع من قبل حتى يتمكن من النجاح في التسويق الشبكي.

كان الكثير من أنجح المسوقين الشبكيين الذين قابلتهم، إما مدربين، أو أمهات، أو رجال دين، أو معلمين، وهم الأشخاص الذين يستمتعون فعليًّا بسرد

القصص الشخصية ومساعدة الآخرين. والتسويق

الشبكي يدور حول مشاركة المعلومات والقصص الشخصية، ولا يعني البيع المباشر في حد ذاته. كما يدور أيضًا

حول الاهتمام بنجاح الأشخاص الآخرين الذين تضمهم إلى العمل.

وهو شيء جيد على أية حال؛ حيث يوجد موظف مبيعات واحد موهوب من بين كل عشرين شخصًا.

إن مفتاح النجاح في مجال البيع هو ما يمكنك أداؤه.

أما مفتاح النجاح في التسويق الشبكي فهو العدد الذي يمكنك مضاعفته .

روبرت: في بعض الأحيان عندما أقول إن هذا العمل لا يتمحور حول البيع، أحصل على ردود أفعال مشككة؛ حيث أسمع البعض يقول: "حسنًا، ولكن ألا تعتقد

أنه مجرد اختلاف في الأسماء؟ أقصد سواء أكنت تدعو هذا النموذج بيعًا أو تبادل معلومات ،

ألا ترى أن هذا مجرد تلاعب بالألفاظ إلى حد كبير؟".

جون: لا، إن هذا ليس تلاعبًا بالألفاظ، ولا مجرد اختلاف في الأسماء. فعامل المضاعفة هذا هو الذي يظهر بشكل واقعي وفعلي، الفارق الكبير بين البيع

والتسويق الشبكي.

وهذا هو الرد الذي سأقوله لهذا الشخص:

"إذا كنت موظف مبيعات بارعًا وناجحًا وذا مهارات فريدة من نوعها، فستبلي بلاءً حسنًا في المبيعات، ولكنَّ الاحتمالات الأقوى أن أداءك لن يكون على المستوى

نفسه في التسويق الشبكي".

لماذا؟ لأنك عندما تبيع الكثير من المنتجات لن يتمكن معظم الأشخاص في شبكتك من مضاعفة ما فعلته. ونتيجة لذلك لن تنمو شبكتك، بل ستفشل في وقت مبكر.

روبرت: لأنك قضيت عليها وهي في بدايتها.

جون : هذا صحيح، وقد رأيت هذا الأمر يحدث عدة مرات. فلطالما شاهدت أشخاصًا موهوبين ومبدعين يبدأون عملهم في التسويق الشبكي ويجدون أنفسهم أمام

طريق مسدود؛ لأنهم يعتقدون أن الطريق إلى النجاح هو استخدام براعتهم وموهبتهم ومهاراتهم الفريدة ليصبحوا مبدعين في عملهم. ولكن لا تدور المسألة حول

ما يمكنك القيام به وحدك، بل حول ما يمكنك القيام به أنت وغيرك أيضًا.

كما رأيت أيضًا شركات تقترف خطأ التركيز بقوة شديدة على تقدير مستويات مرتفعة من المبيعات الشخصية، بدلًا من إعطاء المزيد من الاهتمام إلى إطلاع الجميع

على كيفية مضاعفة مجهوداتهم عن طريق أداء الآخرين. إن القدرة على المضاعفة هي العنصر الفعال هنا، وليس القدرة على أن تكون صاحب أعلى المبيعات. عندما

تفشل شركات التسويق الشبكي في توضيح هذا الأمر، فإنها تلحق الضرر بقدرتهم على التطور المستمر وتنشيط محرك النمو: الأشخاص الذين يضاعفون أنفسهم.

روبرت: إن هذا الأمر رائع للغاية؛ لأنك عندما تتحدث عن

الأشخاص الذين يحاولون أن يكونوا بارعين في العمل، هل تدرك ما يفعله هؤلاء؟ إنهم هنا يفكرون

تفكير الأشخاص الذين ينتمون للفئة " S "، وليس إلى الفئة " B ". عندما تعيش في الفئة " S " فبكل تأكيد يجب أن تكون رائعًا ومبدعًا وفريدًا! ولكن ماذا إذا

تبنيت هذا الفكر نفسه في الفئة " B "؟ ستنتهي إلى فشل محتوم.

لم يقم "هنري فورد" بإنشاء إمبراطورية ولا إحداث تغيير كبير في هذا العالم عن طريق تأسيس نموذج عمل تجاري مبني على المهارات والمواهب الفريدة

للعاملين لديه.

كان بإمكانه تعيين الحرفيين الذي يصنعون السيارات يدويًّا، وكان سينتج سيارات رائعة، وربما كان سيبيع بضع مئات منها. ولكنه بدلًا من ذلك وضع نظامًا؛

حيث يستطيع الأشخاص العاديون الانخراط فيه بوقتهم ومجهودهم لإنتاج كميات كبيرة من

ملايين السيارات.

كان "فورد" يفكر كالشخص الذي ينتمي فعليًّا إلى الفئة " B ".

جون: لم أكن أفكر في الأمر بتلك الطريقة، ولكن هذا بالضبط هو الحقيقة. هذا هو منهج التفكير الذي تحتاج إلى اتباعه إذا أردت أن تنجح في مجال التسويق

الشبكي.

وأكرر مرة أخرى، الذي يمنح شركة التسويق الشبكي الخاصة بك قوتها الحقيقية ليس ما يمكنك فعله بل قدرتك على المضاعفة . بعبارة أخرى، عليك أن تبني

عملك بالطريقة التي يستطيع أي شخص تقريبًا نسخها بسهولة. لماذا؟ لأن نسخ الآخرين لما تفعله هو بالضبط ما ترغب في تحقيقه، وهو ما تحتاج إلى حدوثه. هذا ما يؤدي

إلى نجاحك.

سنعود مرة أخرى إلى مناقشة المضاعفة بعد قليل، ولكنني أريد أولًا أن أتحدث قليلًا عن مصطلح قابلية التطوير.

أدوات المعلومات لتحقيق قابلية التطوير اللانهائية

وهناك طريقة أخرى لتوضيح ما يتحدث عنه "جون" عندما يقول إن السر في المضاعفة، فهذا يعني: أن قوة مشروعك تكمن في قابليته للتطوير والتوسع . فإن

المشروعات القابلة للتطوير تعني ببساطة أنها مشروعات يمكن إجراؤها على أي مستوى.

تلك هي مسألة إما النجاح أو الفشل التي كثيرًا ما يواجهها أصحاب المشروعات. يمتلئ العالم بأصحاب المشروعات المحتملين الذين يؤسسون الشركات الناجحة،

طالما أنهم يعملون على نطاق محدود، بحيث يتسنى لهم إحكام السيطرة بأنفسهم على كل جانب من جوانب العمل. ولكن هناك عددًا قليلًا من أصحاب

المشروعات الذين يدركون كيفية تصميم نموذج أعمال صغير خاص بهم يمكن مضاعفته وتكراره عدة مرات دون تدخل مباشر منهم.

وهذا هو سر تألق "راي كروك" عِند تأسيس سلسلة مطاعم ماكدونالدز. فإنه لم يسعَ إلى توظيف مجموعة

ناجحة من الموهوبين في العمل في المطاعم بشكل خاص

ليديروا مشروعاته المتعددة، بل قام بتصميم الخبرات داخل تلك المشروعات.

هذا بالضبط ما فعلته شركات التسويق الشبكي الذكية. فبدلًا من محاولة توظيف المتحدثين والمقدمين ومندوبي المبيعات من ذوي المهارات العالية، قاموا بتصميم

نموذج العرض داخل النظام نفسه على شكل أدوات معلوماتية، وكما يقول "جون" إن هذا الأمر لم يحدث بين عشية وضحاها.

جون: واجه من عملوا في التسويق الشبكي في البدايات تحديًا شائكًا: فإذا كان بمقدور الجميع تعلم كيفية عمل عرض تقديمي، فإنهم لا يستطيعون عمل عرض

تقديمي فعال . وهذا يعني أن بإمكان "أي شخص" النجاح في هذا العمل، لكن هذا ليس دائمًا صحيحًا في الواقع.

في الأيام الأولى اعتمد العمل فعليًّا على الأشخاص الذين يمتلكون مهارات تقديمية عظيمة، واعتمد جزء كبير من تعلم هذا العمل التجاري على كيفية عمل عرض

تقديمي ناجح. ولكنَّ عددًا قليلًا جدًّا هم الذين سيتمكنون من اكتساب مهارات حقيقية في العروض التقديمية اللامعة والمحترفة، كما هي الحال مع البيع. وهذا

أدى إلى تقييد قدرة العمل التجاري على النمو بشكل بالغ.

روبرت: في ذلك الحين بدأت أدوات العرض تظهر في الصورة.

جون: هذا صحيح، فقد حاول الكثيرون منذ سنوات القيام بالأمر نفسه مستخدمين الكتيبات الإعلانية وكتيبات البيع، وتمكنوا من تحقيق شيء من النجاح عن

طريقها. في حين أن الشخص العادي قد لا يستطيع أن يكون مقدمًا رائعًا، لكنه يستطيع أن يوجه عميلًا محتملًا من خلال نشرة أو كتالوج. ولكن النشرات

والكتيبات ليست جذابة بما يكفي لإثارة اهتمام شخص ما بكفاءة العروض التقديمية المبهرة والحية نفسها التي يستطيع عملها المقدم الحيوي.

ورغم ذلك حدث تحول هائل في تقنية العروض التقديمية على مدى العقود القليلة الماضية. وانتشار التقنية الرقمية أدى إلى بيئة تتساوى فيها فرص الجميع؛

حيث إن الأدوات الرقمية، مثل الأقراص المدمجة وأقراص الفيديو ووسائل الإعلام، جعلت العروض التقديمية الجذابة والحيوية أمرًا ممكنًا.

إنني أجد أن اختيارك يا روبرت لاسم هذا الكتاب أمر مثير للاهتمام؛ لأنه على الرغم من أن نموذج العمل هذا موجود منذ عقود، فإنه بدأ حاليًّا فقط، وعلى نحو

حقيقي للغاية، في إظهار إمكاناته الحقيقية. إن ما كنا نتحدث عنه للتو هو أحد هذه الأسباب التي أدت إلى ذلك.

عندما تقوم الآن بإنشاء شركة التسويق الشبكي الخاصة بك لن تكون مضطرًّا إلى أن تصبح متحدثًا بارعًا. لأن محاولة فعل ذلك في الواقع يمكن أن تؤثر فيك سلبًا؛

حيث نقول مرة أخرى إن تلك المهارات المتخصصة للغاية لا تكون قابلة للمضاعفة.

فبدلًا من محاولة تدريب نفسك على أن تصبح متحدثًا أو مقدمًا ماهرًا عليك فقط استخدام أدوات العمل المقدمة من شركتك للقيام بالعروض التقديمية اللازمة

نيابة عنك.

علاوة على ذلك أصبحت أدوات العمل هذه في متناول الجميع؛ لأن من مصلحة الشركة أن تقوم بتسهيل الحصول عليها وجعلها متاحة، ولأن التكنولوجيا قد

جعلت هذه الأدوات متاحة في الوقت الحالي.

والأقراص المدمجة الرقمية وأقراص الفيديو الرقمية منخفضة التكلفة وعالية الجودة والعروض التقديمية عبر الإنترنت - بما في ذلك البث الصوتي أو المرئي عالي

الجودة - جعلت من الممكن تحقيق حلم عملية التسويق الشبكي الجماهيرية والقابلة للتطور بشكل كامل على أرض الواقع؛ ما أدى إلى خلق نموذج عمل سَمَحَ

للملايين بالحصول على فرصة الوصول إليه والتفوق فيه.

هل تدرك ما يعنيه هذا؟ هذا يعني أنه عند بناء عملك الشبكي الخاص، ستبني أصولًا قابلة للتطور تمامًا. وبوضوح شديد هذا يعني أنك تستطيع تنمية حجم

مشروعك التجاري بالقدر الذي تريده.

وقبل أن نكمل حديثنا لابد أن ألعب دور المجادل الشكلي مرة أخرى.

روبرت: لديَّ سؤال أريد أن أطرحه عليك يا جون، لقد سمعت المشككين يطرحون هذا السؤال عندما يسمعون بأمر قابلية المضاعفة: "إذن، إذا لم تكن بحاجة إلى أن تكون موظف مبيعات متفوقًا، ولست مضطرًّا أيضًا إلى أن تكون متحدثًا أو مقدمًا خبيرًا، فماذا ستفعل؟ لماذا ستحتاج الشركة إلى

وجودك فيها؟".

جون: مهمتك هي التواصل مع الآخرين. هذا هو السبب في تسميته بالتسويق الشبكي، ولهذا السبب تحتاج الشركة إليك، كما أنهم يدفعون لك أجرًا مقابل هذه

المهمة.

إن الوصف الوظيفي، إن جاز التعبير، لمهنتك كمسوِّق شبكي هو أن تتواصل مع الأشخاص، وتدعوهم إلى تجربة المنتجات التي تشعر بحماس تجاهها، أو تدعوهم

للاطلاع على المعلومات التي تمتلكها، ثم تتابع معهم الأمر بعد ذلك. ثم فور اتخاذهم قرار الانضمام إلى العمل معك عليك أن تنقل إليهم حماستك وخبراتك

ومساعدتهم في تعلُّم ما تعلمته أنت. ومرة أخرى، هناك أدوات رقمية من شأنها تخفيف جزء كبير من عبء تدريب الآخرين عن كاهلك.

وتنطوي وظيفتك على بناء العلاقات، وإجراء المحادثات، ودراسة الاحتمالات والتعرف على الآخرين، ومساعدتهم على فهم ما ينطوي عليه هذا العمل التجاري.



ومن ثم فإن هناك أجزاء في هذا العمل التجاري تستطيع الأدوات المتاحة القيام بها أفضل منك، مثل عمل عرض تقديمي، والتدريب كذلك. وهناك أجزاء لا يستطيع أحد القيام بها بشكل متميز سواك، وهو التواصل البشري.

تلك هي الفكرة الجوهرية: في التسويق الشبكي، أنت تلعب دور الرسول وليس دور الرسالة.

لقد انقضت تلك الأيام التي كنت فيها تتنقل بمجموعة كبيرة من عينات المنتجات، أو تُعد متجرًا كاملًا في غرفة معيشتك أو تضطر إلى حفظ قائمة طويلة من مزايا المنتجات ومن الإحصاءات المالية. إننا في القرن الحادي والعشرين . وتؤدي الأدوات كل هذا العمل بدلًا منك في شبكات التسويق الحالية. وتكون وظيفتك فقط هي التواصل والدعوة.

وعلى أية حال، فهذا لا يعني عدم احتياجك إلى المهارات، بل تحتاج إليها قطعًا. فأنت بحاجة إلى تطوير المهارات التي تطرقنا إليها بوصفها جزءًا من الأصل رقم ١: الثقة بالنفس، والقدرة على تحمل الرفض، والتواصل، والقدرة على السرد الممتع، والاهتمام بالأشخاص، وتدريبهم، وباقي المهارات.

ولكنَّ الجميع يتمتع بتلك المهارات. إذا كنت ساعدت من

قبل على تنظيم دوري كرة القدم، أو رابطة الآباء والمعلمين أو نادي الشطرنج، أو شاركت من قبل في

حملة سياسية أو لجنة دينية، أو قمت بالتدريب في دوري الناشئين، أو كوَّنت فرقة فنية خاصة بك، فمن المؤكد أنك تعرف كيفية بناء شبكة.

أنت لست بحاجة إلى موظفي مبيعات من ذوي المهارات العالية لتكرار ما تقوم به، بل تحتاج إلى أشخاص على استعداد لتعلم مهارات العمل والتواصل

الأساسية، وتنمية أنفسهم على الصعيد الشخصي، ليصبحوا رجال أعمال لهم الحق في تكوين مصيرهم، ولديهم القدرة على بناء فريق.

هناك القليل جدًّا من الأشخاص الذين يتمتعون بمهارة حقيقية في البيع. ولكن من الناحية العملية يستطيع أي فرد أن يكتسب مهارة العمل الشبكي والتدريب

وبناء الفريق؛ ما يعني أن هذا العمل متاح لمئات الملايين من جيرانك، ويعني أيضًا أن لديك عملًا قابلًا تمامًا للمضاعفة وللتطور. فبمجرد أن تقوم بتنمية الشبكة

إلى خمسة أفراد، ثم إلى خمسين تكون حينها أتقنت المهارات الأساسية اللازمة لتنميتها حتى تصل إلى خمسمائة فرد، أوخمسة آلاف، وأكثر من ذلك.

وهذا بدوره يأخذنا إلى القيادة .

الفصل الرابع عشر

الأصل رقم # ٦: مهارات القيادة منقطعة النظير

عندما بدأت في استكشاف عالم التسويق الشبكي،

ذهبت لحضور العديد من الاجتماعات والفعاليات؛ حيث استمعت إلى عشرات الأشخاص، وهم يقفون

ويتحدثون من مقدمة الغرفة، ويبذلون كل جهدهم لإلهام الآخرين للوصول إلى النجاح الشخصي.

وفيما كنت أستمع إلى هؤلاء الأفراد، وهم يروون قصصهم عن البدء من الصفر، حتى تمكنوا من تحقيق ثراء يتجاوز ما تمنوه في أحلامهم، أدركت أن هذا العمل

قد ساعد هؤلاء الأشخاص على تحقيق ما حثني والدي الغني على فعله بالضبط، وهو: لم يكن يعلمهم مجرد مبادئ العمل التجاري، بل كان يصوغ شخصياتهم

كقادة.

وبينما بدا أنهم يتحدثون كثيرًا عن المال إلا أن هؤلاء الأشخاص ألهموا الآخرين حقًا ليخرجوا من القوقعة التي يقبعون بداخلها، ويتغلبوا على مخاوفهم، ويسعوا

إلى تحقيق أحلامهم. وتطلب القيام بهذا الأمر تمتع المتحدث بمهارات القيادة. والسبب في ضرورة التحلي بمهارة القيادة هو أنه عندما يردد عدة أشخاص الكلمات

والعبارات المستخدمة نفسها بإفراط عن الأحلام، وقضاء مزيد من الوقت مع الأسرة، والحرية، يتمكن القليل منهم من الحث على التحلي بالثقة، وبث الإلهام

الكافي؛ ليجعلوا الآخرين يستجيبون لتلك الكلمات والعبارات.

إن الأمر لا يتعلق بمجرد حفظ الكلمات المناسبة وترديدها، بل بتطوير القدرة على التحدث مباشرة إلى الآخرين ولمس مشاعرهم. تلك هي السمة التي يعجز اللسان

عن وصفها. وتلك هي القيادة الحقيقية.

> القيادة هي التي تحشد جميع المهارات معًا، وهي التي تبني الأعمال التجارية الناجحة.

ربما تعتقد أن مهارات القيادة مدرجة ضمن الأصل رقم ١: "تعلم إدارة الأعمال في الحياة الواقعية" أو في الأصل رقم ٢:"مسار التطوير الشخصي المربح". ويبدو هذا

الأمر منطقيًّا، وتستطيع توضيح حجتك بهاتين الحالتين. ولكنَّ الحقيقة هي أن التحلي بالقدرة على القيادة يعد مهارة قيمة جدًّا وقوية ونادرة لدرجة أنها أصل في

حد ذاتها، وتستحق تناولها في فصل خاص بها.

تعد جميع المهارات التجارية الأخرى مكونات مهمة، ولكنَّ القيادة هي التي تحشد جميع المهارات معًا، وهي التي تبني الأعمال التجارية الناجحة.

كلمات تنفذ إلى الروح مباشرة

لقد نشأت في خمسينيات وستينيات القرن العشرين، حينما كان الرئيس "جون إف. كينيدي" أحد أعظم الخطباء الذين عرفتهم على الإطلاق. وعندما أخبر

الشعب في مايو عام ١٩٦١ بأننا سنرسل رجلًا إلى القمر في غضون هذا العقد، لم يكن لدى علمائنا أدنى فكرة عن إمكانية تحقيق هذا الأمر. لقد تجاوزت هذه الفكرة

كل الطموحات والحدود، ولكننا حققناها. وعلى الرغم من اغتيال الرئيس "جون إف. كينيدي" بعد أقل من ثلاث سنوات، ولم يكن قد مرَّ من العقد إلا ربعه

فقط، فإن قيادته كانت نافذة وقوية لدرجة أنها استمرت حتى بعد وفاته. وعلى الرغم من اغتيال الرئيس،

والنتائج الكارثية لحرب فيتنام، وتزعزع الدولة بسبب أفعال الشغب والانقسام، وانتقال الرئاسة من نائب الرئيس "جون إف. كينيدي" إلى منافسه السابق "ريتشارد نيكسون" عام ١٩٦٨، فماذا فعلنا رغم ذلك؟

لقد أرسلنا رجلًا إلى القمر عام ١٩٦٩، و في غضون ذلك العقد بالفعل.

تلك هي القيادة: القدرة على تحقيق الأهداف من خلال القوة الكامنة في الرؤية التي تشاركها مع الآخرين؛ فبإمكان القادة الحقيقيين تحريك الجبال.

اكتشفت في فيتنام أن القادة العظماء ليسوا أشخاصًا قاسين، كل ما يفعلونه هو الصراخ والصياح والإساءة البدنية؛ ففي خضم المعركة اكتشفت أن القادة العظماء والشجعان غالبًا ما يكونون هادئين، ولكن عندما يتحدثون يمسون أرواحنا ونفوسنا بحديثهم.

> لا تحقق الشركات التي تقدم أفضل المنتجات أو الخدمات أكبر الأرباح، بل تحققها تلك الشركات التي بها أفضل القادة.

كان جميع القادة العظماء بارعين في سرد القصص، وجذب انتباه الآخرين، وقادرين على توصيل رؤيتهم بطريقة حيوية حتى يراها الآخرون. انظر إلى"المهاتما غاندي"، لقد كان قائدًا عظيمًا؛ ما يعني أنه كان بارعًا في سرد القصص كذلك.

لا تحقق الشركات التي تقدم أفضل المنتجات أو الخدمات أكبر الأرباح، بل تحققها تلك الشركات التي بها أفضل القادة. إن الشركات التي تتجاهل ذكر تاريخها وسرده، ستفقد عملها في وقت قريب، حتى لو كان لديها أطنان من المخزون. وعندما أجد شركة تعاني

ماليًّا، فإن السبب غالبًا يرجع إلى عدم قدرة القائد على
توصيل فكرة الشركة، إنه لا يجيد التحدث بطريقة ممتعة تجذب الآخرين. وربما يكون ذكيًّا، لكنه محاور سيئ.

تختلف كثيرًا مهارات القيادة اللازم تطويرها في الفئة " B " عن مهارات الإدارة اللازمة في أغلب الأحيان في الفئة " E " والفئة " S ". لا تسئ فهم ما أقول: فإن

مهارات الإدارة مهمة، ولكن هناك فرقًا شاسعًا بين مهارات الإدارة، ومهارات القيادة؛ حيث إن المديرين ليسوا قادة بالضرورة، وليس القادة مديرين بالضرورة

أيضًا.

كثيرًا ما التقيت بكثير من الأشخاص المنتمين للفئة " S "، من المختصين أو أصحاب المشروعات الصغيرة، الذين يرغبون في توسيع شركاتهم، ولكنهم غير قادرين

على ذلك لسبب واحد فقط، وهو أنهم يفتقرون إلى مهارات القيادة، فلا يرغب أحد في اتباع أفكارهم، ولا يثق موظفوهم بهم، ولا يستمدون الإلهام منهم. وقد

التقيت بكثير من المديرين من الإدارة الوسطى الذين فشلوا في تسلق السلم الوظيفي بالشركة؛ لعدم قدرتهم على التواصل مع الآخرين. إن العالم مليء بأشخاص

يعيشون بمفردهم غير قادرين على العثور على شريك أو شريكة أحلامهم، لمجرد أنهم يفشلون في إظهار شخصياتهم الفاضلة.

يؤثر التواصل في جميع جوانب الحياة، وتلك هي المهارة الأولى التي نتعلمها من التسويق الشبكي.

يصف قادة التسويق الشبكي أنفسهم في بعض

الأحيان بأنهم مجرد "متحدثين لبقين يتقاضون أجورًا مرتفعة". وفي الواقع هم من ضمن هؤلاء المتحدثين اللبقين

الأعلى أجرًا، ويرجع ذلك إلى سبب بسيط جدًّا وهو أنهم من ضمن أفضل المتحدثين حقًّا.

عندما بدأت حضور تدريبات التسويق الشبكي، التقيت بأصحاب شركات حققوا نجاحًا باهرًا على أرض الواقع، وكانوا قد بدأوا شركاتهم من الصفر. ولقد كان كثير

منهم معلمين عظماء؛ لأن منهجهم في التدريس قائم على تجربة، وليس على علم نظري. وفي أثناء حضوري العديد من ندوات الأعمال، وجدت نفسي أتفق في

كثير من الأحيان مع حديثهم المباشر عما يتطلبه الأمر للنجاح في عالم الأعمال على أرض الواقع.

وبعد هذه الندوات كنت أذهب دائمًا لأتحدث مع المدربين؛ فكنت أندهش من حجم الأموال الطائلة التي جمعوها، ليس فقط عن طريق شركاتهم، ولكن أيضًا

من خلال استثماراتهم. لقد جنى العديد منهم أموالًا طائلة تفوق بكثير الأموال التي يجنيها الكثير من أكبر الرؤساء التنفيذيين في الشركات الأمريكية الكبرى.

ومع ذلك كان هناك شيء آخر في هؤلاء المدربين، شيء خلَّف في نفسي انطباعًا أقوى بكثير؛ فعلى الرغم من أنهم كانوا قد حققوا ثراءً كبيرًا، ولم يكونوا مضطرين

بالتأكيد إلى قيادة تلك الفعاليات، فإنهم كانوا شغوفين بتعليم الآخرين ومساعدتهم.

وبدأت في إدراك حقيقة أن التسويق الشبكي يقوم

على أساس مساعدة القادة للموظفين ورفع أدائهم لتبوؤ المناصب العليا، بينما تقوم الشركات التقليدية

الحكومية بترقية القليل من الموظفين، وإبقاء عامة الموظفين كما هم في حالة من الرضا قانعين بالرواتب الثابتة التي يتقاضونها. إن مدربي التسوق الشبكي لا

يقولون: "إن لم تؤدوا جيدًا في عملكم، فستخسرون وظائفكم". بل يقول أحدهم بدلًا من ذلك: "دعوني أساعدكم على الأداء بشكل أفضل وأفضل. سأكون متاحًا

لتعليمكم ما دمتم تريدون التعلم. نحن في فريق واحد".

نوع خاص جدًّا من القادة

يمتلك كثير من الأشخاص كثيرًا من سمات القيادة بداخلهم، ولكنهم لا يظهرون تلك السمات أبدًا، لأنهم لم يحظوا بتلك الفرصة أبدًا. وكان والدي الغني يتفهم

هذا الأمر، وأحد الأسباب التي شجعني من أجلها على الانضمام إلى قوات مشاة البحرية، ثم الذهاب إلى فيتنام، كان تطوير مهاراتي القيادية.

ولكنك لست بحاجة إلى الانضمام إلى مشاة البحرية لتحصل على فرصة لتطوير المهارات القيادية بداخلك، بل تستطيع الحصول على هذه الفرصة من خلال

التسويق الشبكي. والميزة الحقيقية في برنامج القيادة في التسويق الشبكي لا تكمن في أنه يطور من مهارات القيادة لدى الأفراد، بل في نوع القيادة الخاص الذي

يبرزه.

> يهدف التسويق الشبكي إلى خلق القائد الذي يستطيع التأثير في الآخرين من خلال عمله معلمًا عظيمًا؛ حيث يقوم بتعليم الآخرين كيفية تحقيق أحلامهم، عن طريق تعليمهم كيفية السعي وراء أحلامهم.

يصنع الجيش قادة يستطيعون إلهام الآخرين بالدفاع عن بلادهم، فيما يصنع عالم الأعمال قادة يستطيعون بناء فرق عمل يتمكنون من خلالها من خوض

المنافسة والفوز بها. يهدف التسويق الشبكي إلى خلق القائد الذي يستطيع التأثير في الآخرين من خلال عمله معلمًا عظيمًا؛ حيث يقوم بتعليم الآخرين كيفية

تحقيق أحلامهم، عن طريق تعليمهم كيفية السعي وراء أحلامهم .

بدلًا من الفوز في المنافسة، أو هزيمة العدو، يلهم غالبية قادة التسويق الشبكي الآخرين، ويعلمونهم كيفية إيجاد الحافز الاقتصادي الذي يقدمه هذا العالم دون

إيذاء الآخرين.

تُعد فرصة تطوير القدرة على القيادة بمثابة القيمة الجوهرية الفريدة في التسويق الشبكي. يمكنك بالطبع تعلُّم القيادة في أي مجال آخر، بدءًا من الجيش إلى

الحكومة إلى الشركات، فإن جميع مجالات الحياة تنتج القادة، ولكنها لا تنتج كثيرًا منهم. إن إيجاد القيادة الحقيقية نادرة للغاية، لكنَّ هذا لا ينطبق على مجال

التسويق الشبكي.

ولدى "جون" وجهة نظر مثيرة عن السبب في هذا الأمر.

جون: إن الشيء الفريد في التسويق الشبكي أنه يوفر نظامًا شاملًا من المكافآت لفريق العمل الذي يعمل به،

الذي يتكون كله من المتطوعين.

ولن تجد أي موزع يعمل في التسويق الشبكي يعمل وفق ساعات عمل محددة،

أو يضطر إلى الذهاب إلى العمل. إنهم كالممثلين المستقلين لا يتم توظيف أو طرد أي أحد منهم؛ حيث إن الجميع يعمل طوعًا؛ فلا يخبرهم أحد بما يجب أن

يفعلوه أو يملي

عليهم الأوامر.

إذن ما السبب في نجاح هذا النظام؟ ما المحرك الذي يدفعه لتحقيق النجاح؟ يأتي الجواب في كلمة واحدة، وهي: القيادة.

كما ستظهر مهارات القيادة التي تطورها من خلال عملك في التسويق الشبكي في جميع المجالات الأخرى في حياتك.

عناصر القيادة الأربعة

تقوم الكليات التقليدية بتهيئتك لتكون موظفًا جيدًا. إنهم يركزون على شيء واحد فقط، وهو: قدرتك العقلية. فإذا كنت قادرًا على حل المعادلات، واجتياز

الاختبارات، فإنهم يعتبرون أن لديك الذكاء الكافي لإدارة أية شركة.

هذا أمر هزلي.

إن السبب وراء كوني رجل أعمال ناجحًا اليوم هو ذلك التدريب الذي تلقيته في قوات المشاة البحرية؛ حيث تقوم الكليات العسكرية بتهيئتك لتكون قائدًا عظيمًا،

ليس فقط عن طريق التركيز على قدراتك العقلية، بل

من خلال التركيز على القدرات الانفعالية والجسدية والروحية أيضًا؛ فهم يعلمونك كيفية العمل تحت

الضغوط الشديدة.

كنت أتحلى بالقدر الكافي من الذكاء، مكنني من التحليق بالمروحية في سماء فيتنام، ولكنني لم أكن أبدًا قادرًا على العودة سالمًا دون تطوير قدراتي الروحية. فلو لم

أتلقَّ تدريبًا قويًّا كان سيُبث الخوف بداخلي (الجانب الانفعالي)، وكان من المحتمل جدًّا أن أتجمد أمام أجهزة التحكم الموجودة بالطائرة المقاتلة (الجانب الجسدي).

وساعدتني تلك العناصر الأربعة - العنصر العقلي، والانفعالي، والجسدي، والروحي، التي تعمل بتناغم - على إنجاح مهامي.

كما أن الحصول على تلك العناصر سلَّحني أيضًا بالمعرفة والفهم اللازمين لأكون قائدًا عظيمًا في عالم الأعمال؛ لأنها بالضبط هي عناصر القيادة الأربعة نفسها

اللازمة لتحقيق النجاح في عالم الأعمال. العقل والروح والجسد والانفعالات:



وإذا لم تتمكن من التحكم في تلك العناصر الأربعة بداخلك فستفشل. وإذا لم تتمكن من مساعدة موظفيك

في تطوير تلك العناصر الأربعة، وكذلك مساعدتهم ليصبحوا قادة مؤثرين، فستفشل أيضًا. إن الأمر بهذه البساطة.

وهناك شيء آخر تُعلمه لك الكليات العسكرية وهو: الوجود في الخطوط الأمامية يعني عدم الاهتمام كثيرًا بمدى حب الناس أو كرههم لك. بالطبع جميعنا نريد

أن نكون محبوبين، ولكنَّ القائد العظيم عليه أن يضع الحدود، ويراقب سلوك فريق العمل، ويتخذ إجراءات تصويبية إذا لزم الأمر. وفي بعض الأحيان سنضطر

إلى توبيخ بعض الأشخاص. نعم، هذا سيحدث حتمًا، ليس هناك مفر. ولكن إليك ما ستفعله أيضًا: ستقوم ببناء أفضل فريق، الفريق الذي يفهم توقعاتك،

ويفهم ما الأشياء التي تستطيع تحملها، والأشياء التي لا يمكنك التساهل فيها.

الفصل الرابع عشر

الفصل الخامس عشر

الأصل رقم # ٧: آليات جمع الثروة الحقيقية

كان "توماس جفرسون" و"جون آدامز" اثنين من بين ثلاثة رجال وضعوا إعلان الاستقلال الأمريكي. جمعتهما صداقة عظيمة طيلة حياتهما، وعلى الرغم من ذلك

لم تخلُ صداقتهما من بعض الخلافات، وكانت خلافات كبيرة في أحيان كثيرة. كانا مختلفي الطباع، وعند مرحلة ما، أصبحا غريمين سياسيين لدودين، على

طرفي النقيض تمامًا بشأن كثير من القضايا. ولعدة سنوات امتنع الرئيسان الثاني والثالث عن التحدث إلى

بعضهما. ولكنهما أنهيا الخلاف في سنواتهما الأخيرة،

وتعد مراسلاتهما المطولة أحد أعظم كنوز الأدب الأمريكي.

ولقد توفيا في اليوم نفسه، يوم ٤ يوليو عام ١٨٢٦، بعد مرور خمسين عامًا من توقيع إعلان الاستقلال اللذين شاركا في كتابته مع "بنجامين فرانكلين".

وهناك حقيقة أخرى لافتة للنظر عن هذين الرجلين، وهي: علاقتهما بالثروة.

كان "جفرسون" من أصحاب الأراضي، وينتمي إلى الطبقة الأرستقراطية، ويعيش في ولاية فيرجينيا، وكان يمتلك أرضًا تبلغ مساحتها آلاف الأفدنة. فيما كان

"آدامز" محاميًا دستوريًّا، ينتمي إلى أسرة فقيرة إلى حد ما تعمل في الزراعة، ويعيش في ولاية ماساتشوستس، وقد عاش حياة طويلة دون تكوين ثروة كبيرة.

ولكن في يوم وفاتهما كان "آدامز" لديه ثروة تقدر بحوالي ١٠٠.٠٠٠ دولار، بينما كان "جفرسون" مدينًا

بحوالي ١٠٠.٠٠٠ دولار.

> ليست الثروة كالمال؛ حيث لا تُقاس الثروة بمقدار الدخل،
> بل تُقاس بالوقت.

كان "جفرسون" يمتلك المال والأملاك، ولكنهما تسربا من بين يديه، بينما لم يمتلك "آدامز" المال الوفير أبدًا، وعلى الرغم من حياته البسيطة كان يدرك جيدًا

كيفية

جمع الثروة.

أحد الأسباب التي دفعتني إلى تأليف هذا الكتاب هو

التأكيد على إدراكك الفرق الجوهري بين المال والثروة. لماذا تئول حال الفائز بمليون دولار في مسابقة اليانصيب

التقليدية إلى الإفلاس في غضون ثلاث سنوات؟ لأنه في الوقت الذي يكسب فيه المال فجأة وبطريقة غير متوقعة، لا يكون لديه إدراك لمفهوم الثروة .

ليست الثروة كالمال؛ حيث لا تُقاس الثروة بمقدار الدخل، بل تُقاس بالوقت. فإذا كان مجموع كل ما لديَّ من حساب الادخار والحساب الجاري هو ١٠٠٠ دولار،

وتبلغ نفقات معيشتي ١٠٠ دولار في اليوم، فبالتالي ثروتي تعادل عشرة أيام؛ فالثروة هي القدرة على تحمل تكلفة المعيشة لعدد كبير من الأيام في المستقبل. اطرح

على نفسك هذا السؤال: "إذا توقفت عن العمل الآن، كم من الوقت أستطيع أن أنجو ماليًّا؟". جوابك يعادل ثروتك في هذه اللحظة.

دعوني أتعمق في هذا التعريف. تُقاس الثروة بشراء خبراتك الحياتية الآن، بالإضافة إلى عدد الأيام المستقبلية التي تستطيع في أثنائها الاستمرار في العيش في مستوى

الخبرة نفسها.

إن أحد الأسباب التي تجعل الأثرياء يصيرون أكثر ثراءً، هو أنهم يعملون لجني نوع مختلف من المال؛ فهم لا يعملون للحصول على الدخل، بل يعملون لجمع

الثروة. وهناك فرق شاسع بين الاثنين.

وإحدى القيم العميقة لعمل التسويق الشبكي - وهي

إحدى النقاط التي لا يدركها جيدًا الغالبية العظمى من الناس الذين يفكرون في هذا العمل - هي أنها تعمل محركًا لتكوين الثروة الشخصية.

خطواتي الأربع البسيطة لتحقيق الحرية المالية

تمكنت أنا و"كيم" من التقاعد من العمل في وقت مبكر من دون أن تكون لدينا وظيفة، ولا دعم حكومي، ومن دون أن نضطر إلى المضاربة في البورصة، ومن دون أن نضع أموالنا في صناديق الاستثمار المشترك. لماذا لم نستثمر أنا و "كيم" في البورصة، أو نضع أموالنا في صناديق الاستثمار المشترك؟ لأننا رأينا أنها استثمارات عالية المخاطر. وفي رأيي إن صناديق الاستثمار المشترك من ضمن الاستثمارات الأكثر مخاطرة.

استخدمت أنا و"كيم" خطة بسيطة من أربع خطوات لنتقاعد في سن صغيرة ونحن أغنياء. لقد استغرق هذا الأمر منا تسع سنوات، منذ عام ١٩٨٥ إلى ١٩٩٤، بدأنا من الصفر، وتقاعدنا ونحن نتمتع بالحرية المالية، من دون أن يكون لدينا سهم واحد في البورصة، ومن دون أن نضع أموالنا في صناديق الاستثمار المشترك. عليك اتباع خطوات هذه الخطة، وهي كالتالي:

١) أسس مشروعًا تجاريًّا

٢) أعد الاستثمار في مشروعك

٣) استثمر في مجال العقارات

٤) دع أصولك توفر لك ما تحتاج إليه من الرفاهيات

لنرَ الآن كيف تعمل هذه السلسلة:

١) أسس مشروعًا تجاريًّا

يسمح لك تأسيس مشروع تجاري بتكوين المال الوفير. علاوة على ذلك تعد قوانين الضرائب الأمريكية مناسبة جدًّا للأشخاص الذين يكسبون دخلهم من العمل في
الفئة " B "، فيما تقسو تلك القوانين على الأشخاص الذين يكسبون أموالهم من العمل
في الفئة " E ".

إن المشروع التجاري كالطفل: يحتاج إلى الوقت حتى يكبر، حيث يحتاج بدء العمل التجاري وازدهاره، عادة، إلى خمس سنوات تقريبًا، في حين أنه قد يستغرق
وقتًا أقل
أو أكثر بطبيعة الحال.

٢) أعد الاستثمار في مشروعك

إن العنصر الرئيسي في هذه العملية هو عدم الاعتماد على مشروعك بوصفه مصدر دخل تعيش عليه. يقترف كثير من المسوقين الشبكيين الذين يعملون لأول مرة
في هذا المجال هذا الخطأ. فبمجرد أن يبدأوا في رؤية ازدياد الدخل الناتج من مشروعاتهم التجارية الجديدة، يستخدمون هذا الدخل الجديد في زيادة نفقاتهم
المعيشية: شراء سيارة ثانية وشراء منزل كبير وقضاء إجازات باهظة الثمن وما إلى ذلك.

لماذا يفعل البعض هذا؟ ليس السبب في ذلك أنهم حمقى، فلقد قابلت أشخاصًا على درجة عالية من الذكاء والثقافة يتبعون النمط نفسه. إنهم يفعلون هذا
الشيء لسبب واحد فقط لا غير، وهو: أنهم ما زالوا يعيشون ويتنفسون ويفكرون كهؤلاء المنتمين إلى الفئة " E " . فإذا أردت تكوين ثروة فعليك أن تخرج من

الجانب الأيسر في النموذج الرباعي، وتبدأ في التفكير كهؤلاء الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " B " والفئة " I ".

أولًا عليك أن تحتفظ بوظيفتك اليومية؛ حيث لا يتوجب عليك استبدال المشروع بالوظيفة؛ حيث يعني ذلك أنك تعد المشروع وظيفتك الجديدة. فلن تجمع ثروتك

أبدًا بهذه الطريقة. وبدلًا من ذلك عليك أن تبدأ مباشرة في تطبيق الخطوة الثانية عندما يجني مشروعك الجديد بعض الأرباح، وهذه الخطوة هي: إعادة استثمار

دخلك الجديد في هذا المشروع، حتى يزدهر مشروعك بشكل كبير.

"لكنني لا أريد أن أحتفظ بوظيفتي اليومية، أنا أكره هذا العمل! أليس هذا هو الغرض من إنشاء مشروع تجاري في المقام الأول؟ أن تتوقف عن العمل كموظف!".

> السبب وراء فشل الكثيرين في تكوين ثروة كبيرة من أي مشروع تجاري هو أنهم ببساطة يفشلون في إعادة الاستثمار المتواصل في هذه المشروعات.

وهذا أمر معقول؛ فأنت تريد الخروج من الفئة " E "، وتريد الاستقالة من وظيفتك. ربما تكره وظيفتك، أو من المحتمل أن تكون مثل الكثيرين من المحترفين الذين

التقيتهم ويحبون وظائفهم فعليًّا، ولكنهم يمقتون حقيقة أنهم مضطرون إلى العمل لمدة أربعين أو خمسين أو ستين ساعة أسبوعيًّا. ومهما كانت أسبابك، إليك

الحقيقة المؤلمة: إذا بددت كل الدخل الذي تحصل عليه من مشروعك الجديد على نفقات المعيشة الشهرية، فهذا

لا يعني أنك قمت ببناء مشروع، بل قمت ببناء وظيفة

جديدة لك.

لا يتوقف مالك المشروع الحقيقي عن الاستثمار أو إعادة الاستثمار في تأسيس المشروع التجاري. السبب وراء فشل الكثيرين في تكوين ثروة كبيرة من أي مشروع

تجاري هو أنهم ببساطة يفشلون في إعادة الاستثمار المتواصل في هذه المشروعات.

إذن، كيف يبدو الأمر في عالم التسويق الشبكي؟

جون: يمكننا أن نعيد الاستثمار في المشروعات التقليدية، عن طريق بناء مخزن جديد أو إنفاق المال على الدعاية المحلية أو تطوير خط إنتاج جديد، أو شراء قنوات

توزيع جديدة. ولكن بوصفك مسوقًا شبكيًّا لن تتكلف تلك النفقات؛ حيث تقوم شركة التسويق الشبكي نفسها بعمل تلك الاستثمارات نيابة عنك.

إذن، كيف ستعيد الاستثمار في مشروعك؟ بالتأكيد هناك مجالات تستطيع استثمار بعض المال فيها بحكمة: في تدريب وتعليم نفسك، أو في السفر بهدف دعم

شبكتك وتنميتها في مدن أخرى، أو في الأدوات والموارد الترويجية والتعليمية لمساعدتك على تطوير مشروعك.

لكنَّ التسويق الشبكي في مجمله هو مشروع لا يعتمد رأس ماله الأساسي على أموالك، بل يعتمد على وقتك وجهدك.

الأمر الذي يعني أن أفضل جزء من الدخل الذي يعود

عليك من التسويق الشبكي يتوافر لك لتستخدمه في دعم عملية تكوين الثروة الجادة. ولكن ضع في اعتبارك

أنني كنت أقول "تكوين الثروة" وليس "تبديد الثروة"!

لا تقترف الخطأ الذي اقترفه الآخرون، وتبدأ في إنفاق كل ما تلقيته من عمولات جديدة على شراء سيارة أكبر، أو بناء منزل أكبر أو نمط حياة أكثر رفاهية. لا تسرف

في استخدام الدخل الذي اكتسبته من مشروعك الجديد، عن طريق إنفاقه في التزامات كبيرة.

عليك أن تحسن استخدامه، وتستثمره.

٣) استثمر في مجال العقارات

فيما يستمر دخل مشروعك في النمو، ابدأ في إنفاق هذا الدخل الإضافي على شراء العقارات.

ستلاحظ أنني لا أنصحك هنا بوضع أموالك في صناديق الاستثمار المشتركة، ولا بوضع الأموال في محفظة استثمارية، ولا بشراء أية أصول ورقية أخرى في هذه

الخطة. ويرجع السبب في ذلك إلى أنه على الرغم من سهولة تأسيس تلك الأصول (كل ما عليك فعله هو شراؤهم)، فإن التداول في البورصة وصناديق الاستثمار

المشترك محفوف بالمخاطر، ويتم فرض ضرائب على الأرباح التي تحققت على معدل رأس المال، ويحتاج الاستثمار إلى التعليم المالي لتقليل المخاطر. تنطوي الفكرة

هنا على إنفاق أموالك الإضافية الجديدة على بناء أصول مدرة للدخل. وهناك أنواع متعددة من الأصول التي تولد الدخل، ولكن النوع الذي أوصي به دائمًا هو

العقارات، وذلك لسببين رئيسيين.

أولًا، وضعت قوانين الضرائب لصالح أصحاب المشروعات الذين يستثمرون
في العقارات.

ثانيًا، يحبذ المصرفيون إقراضك المال بهدف شراء العقارات. حاول أن تطلب من البنك أن يقرضك دينًا لمدة ثلاثين عامًا بنسبة ٦.٥ ٪ لشراء صناديق استثمار مشتركة
أو أسهم، ستجد أنهم سيسخرون منك وسيرفضون بالطبع طلبك.

وفي كثير من الأحيان يسألني كثير من الأشخاص: "كيف يمكنني شراء العقارات في الوقت الذي أكسب فيه المال بصعوبة لدفع الإيجار؟". هذا سؤال وجيه، فلا
يمكنك فعل ذلك إلا إذا تمكنت من جني المال الإضافي. ولهذا السبب تأتي تلك الخطوة بعد تأسيس المشروع، وإعادة الاستثمار في أرباحه المتنامية: حتى تحصل على
المال الإضافي.

ولكن دعني أشرح ما أعنيه بقول "الاستثمار في العقارات"؛ حيث يسيء كثيرون فهم كيفية العمل في مجال العقارات كأصول. يظن معظم الناس أن الاستثمار في
العقارات، يعني شراء الأراضي بسعر ما ثم بيعها (إما بسرعة بعد إدخال بعض التحسينات عليها
أو في وقت لاحق) بسعر أعلى، وهذا خطأ. هذا يعني بالضبط شراء بقرة ثم بيعها للحصول على بعض شرائح

اللحم. ما تحتاج إليه هو شراء البقرة والاحتفاظ بها إلى الأبد لتتمكن من بيع لبنها.

ليس الغرض من شراء العقارات هو بيعها، بل الغرض منه هو بناء أصل يدر الدخل بشكل دائم.

إن تعلم كيفية القيام بمثل هذا العمل يستغرق بعض الوقت والتعليم والخبرة والمال. وكما هي الحال في تعلُّم أي شيء جديد، لابد من اقتراف الأخطاء، لكنَّ ارتكاب أي خطأ في مجال العقارات (خصوصًا في إدارة الممتلكات) قد يكون مكلفًا للغاية. سيكون الاستثمار في مجال العقارات محفوفًا بالمخاطر بالنسبة إليك، أو سيزدهر ببطء، إذا لم يكن لديك الدخل الثابت أو لم تكن تتمتع بالمزايا الضريبية التي يوفرها العمل في الفئة " B ".

والسبب الذي يؤدي إلى فشل الكثيرين في تحقيق الثراء في مجال العقارات هو أنهم ليست لديهم السيولة النقدية الكافية. في الحقيقة إن أفضل الصفقات العقارية عادة ما تحتاج إلى كثير من الأموال. وإذا لم يكن لديك المال الكافي، فغالبًا ما ستحصل على الصفقات العقارية التي رفضها أصحاب الأموال الطائلة.

ويرجع السبب في أن الكثيرين يحاولون البحث عن استثمارات "دون دفعات مقدمة"، أنهم ليس لديهم أية أموال ليدفعوها مقدمًا! فإذا لم تكن لديك خبرة حقيقية، وسيولة مالية وفيرة متاحة لك لاستخدامها عند الحاجة، فإن عدم تقديم أي دفعات مقدمة يمكن أن يكون الاستثمار الأعلى تكلفة طوال حياتك.

٤) دع أصولك توفر لك ما تحتاج إليه من الرفاهيات

لسنوات عديدة، وحتى بعد فترة طويلة من توافر القدرات المالية لدينا التي تسمح لنا بشراء ما نحتاج إليه وأكثر، واصلت أنا و"كيم" العيش في منزل صغير ذي رهن عقاري شهري بقيمة حوالي ٤٠٠ دولار، كما كنا نقود سيارات عادية. وفي الوقت نفسه كنا نستخدم أية سيولة نقدية نحصل عليها في بناء مشروعنا والاستثمار في العقارات.

ونعيش اليوم في منزل كبير ولدينا ست سيارات فارهة، ولكننا لم نشترِ هذا المنزل أو تلك السيارات. بل أصولنا هي التي اشترتها لنا، ونحن فقط نستمتع بها.

عندما أقول "الرفاهيات" لا أقصد بالضرورة شيئًا باهظًا، أو مبالغًا فيه، بل أقصد شيئًا تريده وتستمتع به. ويأتي هذا الشيء بعد توفير "احتياجاتك".

سأعطيك مثالًا على ذلك، فلتفكر في أي شخص تعرفه، وتعرف أنه لا يحب وظيفته، ولكنه يعمل لكسب العيش فقط. إذا قلت له: "ينبغي لك أن تستقيل من وظيفتك، إذا كنت لا تحبها!"، فماذا ستكون إجابته؟

أنا أرغب في ذلك، ولكنني لا أتمتع بتلك الرفاهية.

هذا صواب؛ لأنه بالنسبة إلى الكثيرين، أولى الرفاهيات التي يريدونها هي ببساطة التخلي عن وظائفهم. وكيف تحصل على تلك الرفاهية؟ بطريقة الحصول على الرفاهيات الأخرى نفسها، وهي أن تدع مشروعك أو ممتلكاتك العقارية تجلب لك تلك الرفاهيات. ومن أجل تحقيق هذا، عليك أن تبني تلك الأصول، حتى تصل إلى المرحلة التي تتمكن فيها هذه الأصول من شراء الرفاهيات لك.

أترى كيف يسير الأمر؟

أنت لا تستخدم دخلك ليبتاع لك الرفاهيات، بل تستخدم دخلك في بناء الأصول - مشروعك واستثماراتك العقارية - وفيما بعد، عندما يكتمل بناؤهما بما يكفي،

تدع الأصول تتحمل تكلفة شراء الرفاهيات التي تريدها.

وهذا ما يقودنا إلى أصل الأحلام في الفصل المقبل.

الفصل السادس عشر

الأصل رقم # ٨: الأحلام الكبيرة والقدرة على تحقيقها

إن أحد الأشياء التي تميز شركات التسويق الشبكي أنها تؤكد أهمية السعي وراء تحقيق حلمك. لاحظ أنني لم أقل: "أهمية أن يكون لديك حلم"؛ فهم لا

يريدونك أن تحلم فقط، بل يريدونك أن تحقق تلك الأحلام.

علاوة على ذلك، فإنهم يحثونك على امتلاك أحلام كبيرة . إن أحد الأشياء الممتعة التي حدثت لي عندما بدأت أستكشف عالم التسويق الشبكي أنني وجدت نفسي

أحلم أحلامًا أكبر بكثير من تلك التي كانت لديَّ بالفعل.

في الغالب لا تحبذ مجالات العمل التقليدية امتلاكك أحلامًا كبيرة، لكنها تحبذ امتلاكك أحلامًا متواضعة، وهذا أفضل بالنسبة إليها بالطبع، كأن تحلم بقضاء

عطلة صيف وجيزة، أو ربما شراء ملكية صغيرة بنظام المشاركة بالوقت، أو أن تحلم بممارسة هواية تستمتع بها، أو مباراة جولف جيدة بعد ظهر يوم الأحد -

أحلام من هذا القبيل.

إنني لا أقول إن هناك أية مشكلة في أن تكون لديك تلك الأحلام الصغيرة، بل كل ما أقوله هو أن تلك الحياة التي تعد بها أحلامك الصغيرة، هي حياة صغيرة.

في أثناء نشأتي، كثيرًا ما كنت أسمع والديَّ يقولان هذه الجملة: "لا نستطيع تحمل تكلفة ذلك". على الرغم من هذا، نهاني والدي الغني أنا وابنه عن قول تلك

الجملة، وأصر بدلًا من ذلك على أن نسأل أنفسنا: " كيف يمكن تحمل تكلفة ذلك؟".

على الرغم من الفارق البسيط الموجود بين الجملتين، فإنه يحدث كل الاختلاف في حياةِ أي شخص. هذا التحول الصغير في التفكير مضافًا إلى خبرة حياة الفرد

وتصوراته وقراراته، سيأخذك إلى مكان أبعد بكثير من المكان الذي كنت ستصل إليه ما لم تقم بهذا التحول.

عندما تعتاد على طرح هذا السؤال على نفسك: " كيف يمكن أن أتحمل تكلفة ذلك؟"، فأنت تمرن نفسك على امتلاك أحلام أكبر وأكبر، وليس مجرد الحلم، بل

اليقين في قدرتك على تحقيقه. من ناحية أخرى، قول "أنا لا أستطيع تحمل تكلفة ذلك" يقضي على أحلامك تمامًا. وهناك بالفعل الكثير من الأشخاص الآخرين في

العالم الذين يحاولون القضاء على أحلامك دون أن ينتظروا المعونة منك! ربما لا يعنون ذلك ولكن - سواء كانت نيتهم حسنة أم لا - كلماتهم قاتلة، كأن يقولوا

لك:

"لا يمكنك فعل ذلك".

"هذه مخاطرة كبيرة، هل تعرف عدد الأشخاص الذين فشلوا في تلك المحاولة من قبلك؟".

"لا تكن سخيفًا، من أين أتيت بهذه الأفكار؟".

"إذا كانت هذه فكرة جيدة، فلِمَ لم ينفذها أي شخص آخر بالفعل؟".

"آه، لقد حاولت القيام بذلك منذ سنوات، دعني أخبرك لماذا سيفشل ذلك الأمر".

تقضي تلك الكلمات على الأحلام، وقد لاحظت شيئًا مثيرًا للاهتمام في هؤلاء الأشخاص الذين يرددون تلك الكلمات، وهو أنهم جميعهم تقريبًا قد تخلوا بالفعل عن أحلامهم.

المهم في هذا الأمر هو السعي والتعلم وبذل كل ما في وسعك لتطوير قدراتك الشخصية؛ حتى تتمكن من تحمل تكلفة شراء المنزل الكبير، والشخصية التي ستصبح عليها خلال تلك الرحلة.

عندما كنت أنا و"كيم" مفلسين، أخبرنا بعضنا بأننا سنشتري منزلًا كبيرًا عندما نتجاوز المليون دولار، ولقد اشتريناه بالفعل وأحببنا العيش فيه. ولكن المنزل في حد ذاته لم يكن مهمًّا بالنسبة إلينا، ولا حتى القدرة على تحمل تكلفة شرائه، لكنَّ المهم هو ما أصبحت عليه شخصياتنا خلال هذه الرحلة.

المهم في هذا الأمر هو السعي والتعلم وبذل كل ما في وسعك لتطوير قدراتك الشخصية؛ حتى تتمكن من تحمل تكلفة شراء المنزل الكبير، والشخصية التي ستصبح عليها خلال تلك الرحلة.

قال لي والدي الغني: "إن أولئك الذين يحلمون أحلامًا صغيرة، يستمرون في عيش حياتهم كأشخاص أقل من العاديين".

يمتلك الجميع أحلامًا، ولكن لا يحلم الجميع بالطريقة نفسها. علمني والدي الغني أن هناك خمسة أنواع من الحالمين: - الذين يحلمون باستعادة الماضي.

- الذين يحلمون أحلامًا صغيرة فقط.

- الذين يحققون أحلامهم، ثم يعيشون حياه رتيبة.

- الذين يحلمون أحلامًا كبيرة، وليس لديهم أية خطة بشأن كيفية تحقيق تلك الأحلام، وتنتهي بهم الحال إلى عدم تحقيق أي شيء.

- الذين يحلمون أحلامًا كبيرة، ويحققون تلك الأحلام، ثم يستمرون في الحلم بتحقيق أحلام أكبر بكثير!

الذين يحلمون باستعادة الماضي

إن هؤلاء الذين يعتقدون أن أعظم إنجازاتهم كانت في الماضي، سيتلذذون بسرد حكايات عن أيامهم في الكلية، أو في الجيش، أو في فريق كرة القدم، أو في المدرسة

الثانوية، أو حياتهم في المزرعة التي نشأوا فيها. ولكن إذا حاولت جذبهم إلى محادثة عن المستقبل، فعلى الأرجح أنهم سيهزون رءوسهم، ويقولون: "إن العالم

على شفا

كارثة كبيرة".

إن الشخص الذي يعيش على أحلام الماضي وذكرياته هو الشخص الذي انتهت حياته. ربما لا يزالون أحياء، ولكنهم ليسوا أحياء فعليًّا، والطريقة الوحيدة

لإعادتهم مرة أخرى إلى الحياة هي إعادة إحياء حلمهم.

الذين يحلمون أحلامًا صغيرة فقط

تقتصر أحلام البعض على الأشياء الصغيرة فقط؛ لأن تلك هي الطريقة الوحيدة التي يشعرون فيها بالثقة بقدرتهم على تحقيق أحلامهم. وما يدعو إلى الدهشة في

الأمر هو أنه على الرغم من أنهم يعرفون كيفية تحقيق أحلامهم الصغيرة، فإنهم لا يحققونها أبدًا. لماذا؟ مَن يدري؟ ربما لأنهم يعرفون أنه بعد تحقيق تلك

الأحلام لن يبقى أي شيء يعيشون من أجله، ما لم يتحدوا معًا ليحلموا أحلامًا أكبر.

بعبارة أخرى، إنهم يفضلون عيش حياة بسيطة تخلو من المخاطر، على عيش حياة كبيرة ومواجهة المخاطرة والإثارة فيها. وفي وقت لاحق من حياتهم، ستجد

أحدهم يقول: "كان ينبغي أن أفعل هذا منذ سنوات، ولكن لم يسعني أبدًا فعله".

سألت ذات مرة رجلًا التقيت به: "إذا كنت تمتلك كل الأموال الموجودة في العالم، فإلى أي مكان تحب أن تسافر؟".

فأجاب: "سأسافر إلى كاليفورنيا لزيارة أختي؛ حيث لم أرها منذ أربعة عشر عامًا، وأرغب كثيرًا في رؤيتها خصوصًا قبل أن يكبر أطفالها أكثر من ذلك. تلك هي

العطلة التي أحلم بها".

في ذلك الحين، كانت تكلفة تلك الرحلة حوالي ٥٠٠ دولار، وأشرت إلى هذا الأمر له، ثم سألته لماذا لم يقم بهذه الرحلة من قبل. فقال لي: "حسنًا، سأقوم بزيارتها،

ولكنني مشغول جدًّا في الوقت الحالي". بعبارة أخرى، كانت تلك "رحلة أحلامه" التي يفضل أن يحلم بها، بدلًا

من أن يستيقظ ذات يوم ويقوم بها فعليًّا.

أخبرني والدي الغني بأن الأشخاص الذين يحلمون بمثل هذه الأمور، غالبًا ما يكونون النوع الأكثر خطورة.

قال لي: "إنهم يعيشون كالسلاحف، متقوقعين داخل عالمهم الهادئ المريح. وإذا حاولت اقتحام هذه القوقعة، قد لا تسلم من ردة فعلهم".

الدرس المستفاد هو: أن تدع السلاحف الحالمة تحلم، فمعظمهم لن يحقق تلك الأحلام وعلى ما يبدو أنهم مرتاحون هكذا.

الذين يحققون أحلامهم ثم يعيشون حياة رتيبة

قال لي صديق ذات مرة: "منذ عشرين عامًا، كنت أحلم أن أصبح طبيبًا. وها قد أصبحت طبيبًا بالفعل، وأستمتع بهذا الأمر، ولكنني أشعر بالملل في الحياة. هناك

شيء ما مفقود".

عادةً ما يكون الملل إشارة إلى أن الوقت قد حان لحلم جديد. قال لي والدي الغني: "هناك الكثيرون الذين يعملون في وظائف لطالما حلموا بها في المدرسة الثانوية.

المشكلة هي أنهم أنهوا الدراسة الثانوية منذ سنوات، وها قد حان الوقت للإعداد لمغامرة جديدة".

الذين يحلمون أحلامًا كبيرة وليس لديهم أية خطة عن كيفية تحقيقها تنتهي بهم الحال إلى عدم تحقيق أي شيء

أعتقد أننا جميعنا نعرف شخصًا ما ينتمي إلى هذه الفئة. يقول هؤلاء الأشخاص: "لقد حققت إنجازًا كبيرًا للتو، دعني أخبرك بخطتي الجديدة"، أو "سيختلف كل

شيء هذه المرة"، أو "أنا أفتح صفحة جديدة"، أو "سأجتهد كثيرًا في العمل وأسدد فواتيري، ثم أستثمر"، أو "سمعت للتو عن افتتاح شركة جديدة وتبحث عن شخص لديه مؤهلاتي نفسها. تلك هي فرصتي الكبيرة".

قال لي والدي الغني: "كثيرًا ما يحاول هؤلاء الأشخاص تحقيق كثير من الأحلام، ولكنهم يحاولون تحقيقها بمفردهم. والقليلون جدًّا ينجحون في تحقيق أحلامهم وحدهم. فينبغي لهؤلاء الأفراد أن يستمروا في اتخاذ الأحلام الكبيرة ووضع الخطط؛ ثم العثور على الفريق الذي سيساعدهم على تحقيق تلك الأحلام".

الذين يحلمون أحلامًا كبيرة ويحققون تلك الأحلام يستمرون في تبني أحلام أكبر بكثير!

أعتقد أننا جميعنا نود أن نكون هذا النوع من الأشخاص. أنا أود ذلك، ألا تريد ذلك
أنت الآخر؟

قالها والدي الغني على هذا النحو: "إن العظماء لديهم أحلام عظيمة، أما البسطاء فلديهم أحلام بسيطة. وإذا أردت أن تغير شخصيتك، فعليك أن تبدأ بتغيير حجم أحلامك".

وكما تعلمون أنني كنت مفلسًا تمامًا، مفلسًا بشكل كامل، وأعيش في سيارتي مع زوجتي. إنني أدرك مدى سوء هذه الحال. ولكنَّ الإفلاس مجرد حالة مؤقتة، بينما الفقر أمر مختلف، إنه حالة عقلية. فمن الممكن أن تكون مفلسًا، ولكنك لا تزال تتمتع بروح غنية وطموح وفير، وشجاعة كبيرة، وعزم شديد. إن الأحلام

الكبيرة لن تكلفك أي شيء، ولن تكلفك الأحلام الضخمة أي شيء أيضًا. بصرف النظر عن مدى إفلاسك، فالتخلي عن أحلامك هو الطريقة الوحيدة التي تجعلك فقيرًا.

وأهم ما يميز نمط العمل في التسويق الشبكي، هو أنك لا تضع إطارًا لأحلامك كشيء ما ستحققه بعد أربعين عامًا فقط، أو حتى بعد أسبوعين، أو بعد ظهر أيام الأحد. عندما تبدأ بناء مشروع التسويق الشبكي، ستبدأ في تحقيق أحلامك منذ أول يوم، وإن كان ذلك على نطاق محدود في البداية.

إنه التحول من الحالة العقلية "أنا لا أستطيع" إلى "أنا أستطيع"، من كون حياتك رهنًا للظروف، إلى قيادة حياتك دون التقيد بأي ظرف، تحوُّل من التبعية إلى الحرية.

كتب "ثورو" في خاتمة كتابه Walden تأملاته في عيش حياة تمتلك فيها بنفسك زمام الأمور قائلًا: علمتني تجربتي على الأقل أنه: إذا تقدم المرء بثقة تجاه أحلامه، وسعى إلى عيش الحياة التي يتخيلها، فسيحقق نجاحًا غير متوقع في الأوقات التي لا يحلم فيها".

لم أكن لأقول ذلك على نحو أفضل.

الفصل السابع عشر

العمل الذي تتفوق فيه المرأة

كتبته: كيم كيوساكي

لطالما سمعتني أشير إلى زوجتي "كيم" عدة مرات حتى الآن، ولقد قرأت عن الطريقة التي التقينا بها وكيف سعيت إلى الزواج بها، وعن معاناتنا في مقتبل حياتنا وأهدافنا وإستراتيجياتنا، وكيف تحولت حياتنا معًا. وقبل ختام هذا الجزء من الكتاب، اعتقدت أن الوقت قد حان لتحظى بفرصة الاستماع إلى "كيم" مباشرة - روبرت كيوساكي.

تحدث "روبرت" كثيرًا عن التسويق الشبكي، والطرق الكثيرة التي يؤدي من خلالها إلى زرع القيم العظيمة بداخلكم. أريد أن أضيف شيئًا آخر، وهو: إنه عمل مؤثر بالنسبة إلى السيدات.

وعندما تطلع على الدراسات الإحصائية الأساسية لمجتمع التسويق الشبكي، فإن أول شيء ستلاحظه هو أيضًا أكثر شيء جدير بالذكر، وهو: يبلغ عدد النساء اللائي يعملن في هذا المجال أربعة أضعاف الرجال .

ما سمعته صحيح، وفقًا لرابطة البيع المباشر تبلغ نسبة السيدات حوالي ٨٨ ٪ من الخمسة عشر مليونًا الذين يعملون في التسويق الشبكي في الولايات المتحدة.

وعلى الرغم من أن الرابطة لا تُجري تصنيفًا حسب النوع لأكثر من اثنين وستين مليون فرد يعملون في هذا المجال حول العالم، فإن النسب العالمية تقترب على الأرجح من نسب الولايات المتحدة نفسها.

> إن علاقة الدعم والتدريب والتنمية التي تقدمها راعية التسويق الشبكي لشبكتها الناشئة من المسوقين المبتدئين هو أحد أنواع العلاقات والتفاعلات التي تتميز فيها النساء.

لماذا؟ حيث نجد أن أحد الأسباب في ذلك من الناحية التاريخية يرجع إلى أن كثيرًا من الأسر بدأت مشروعات التسويق الشبكي كمشروعات بدوام جزئي. ونظرًا إلى أن الرجل هو العائل الرئيسي في كثير من الأسر، كان هذا غالبًا ما يعني أن المرأة هي التي تنخرط في أعمال بدوام جزئي أو في أي عمل من المنزل.

وثمة عامل موازٍ، وهو حقيقة كونه عملًا من المنزل؛ مما يعني أن بناء مشروع التسويق الشبكي يتوافق بشكل فريد مع مطالب تكوين الأسرة.

ولكنني أعتقد أن الأمر يتجاوز تلك الظروف العملية والتاريخية.

يعد التسويق الشبكي، في جوهره، علاقة عمل. كما أوضح "روبرت" أنه ليس العمل الذي يدور حول تحقيق المبيعات ، بل العمل الذي يدور حول إنشاء العلاقات . إنه يتعلق بتكوين العلاقات والتوجيه والتدريب والتعليم والإرشاد. إن العمل الفعلي واليومي والمنتظم على بناء الشبكة هو أشبه ببناء مجتمع أكثر منه بناء مجال للمبيعات.

إن علاقة الدعم والتدريب والتنمية التي تقدمها راعية التسويق الشبكي لشبكتها الناشئة من المسوقين المبتدئين هو أحد أنواع العلاقات والتفاعلات التي تتميز فيها النساء.

وبالطبع لا يعني هذا الكلام أن الرجال لا يستطيعون النجاح في التسويق الشبكي أيضًا. فهناك الملايين من الرجال الذين يثبتون نجاحهم كل يوم. ولكنَّ المقصود

من هذا العمل ببساطة هو: أن هذا هو نموذج عمل تتفوق فيه النساء.

ما تحتاج إليه النساء

هذا أمر جيد أيضًا؛ لأن نساء اليوم بحاجة إلى تعلم كيفية بناء ثروة خاصة بهم.

أتتني صحفية شابة منذ عدة سنوات قليلة، وقالت لي بحماس واضح: "لابد أن ننمي وعي السيدات، حتى يتمكنَّ من تأسيس مصدر دخل مستقل لهن، فلا

يمكن أن يعتمدنَ على شخص آخر للقيام بهذا الأمر نيابة عنهن!".

وعندما تحدثنا معًا، سرعان ما عرفت السبب وراء هذا الحماس؛ فقد اتضح أن والدتها البالغة من العمر ٥٤ عامًا انتقلت مؤخرًا لتعيش معها بعد مرورها

بتجربة طلاق خرجت منها، وهي لا تملك أي شيء. وكانت في الوقت الحالي تعول والدتها، بالإضافة إلى

إعالة نفسها.

كان ذلك في حد ذاته كافيًا لدق أجراس الإنذار في حياتها، ولكن ما كان صادمًا لها حقًّا هو أنها عندما ألقت نظرة فاحصة على شئونها المالية لترى الموارد المتاحة

لإعالتهما، أدركت أنه إذا توقف راتبها الثابت فجأة لأي سبب من الأسباب، فلن يكون لديها سوى مدخرات بقيمة ٧٠٠٠ دولار لتعتمد عليها.

بالنسبة إلى أسرة مكونة من فردين، لن يدعمهما مبلغ

٧٠٠٠ دولار وقتًا طويلًا. كانت هي ووالدتها على أعتاب ال
والتشرد بعد عدة أشهر. لا عجب في تحمسها
تجاه تأسيس السيدات لمصدر دخل مستقل بهن!

من حسن حظي، أنني لست في موقف هذه المرأة
الشابة؛ حيث إن وضعي المالي أنا و"روبرت" مستقر
لبقية حياتنا، بصرف النظر عن حالة الاقتصاد.

لكن على الرغم من أنني لم أكن أعاني تلك المشكلة،
فإنني كنت متحمسة تمامًا كتلك الفتاة الشابة نحو
موضوع تأسيس السيدات لمصدر دخل مستقل بهن
وتحقيق
الاستقلالية المالية.

لا تختلف "كيفية العمل" في التسويق الشبكي للنساء
عن الرجال. ومع ذلك فإن الأسباب التي تدفع السيدات
إلى بناء مشروعات التسويق الشبكي عادة ما تختلف
كثيرًا عن تلك الأسباب لدى نظرائهن من الرجال.

نحن نعلم أننا نعيش حياة مختلفة جدًّا عن حياة أمهاتنا،
ولكنك قد تندهش من مدى اختلافها. وفيما يلي ستة
أسباب تدفع المرأة إلى الدخول في تلك اللعبة
المسماة
ببناء الثروة.

١) الإحصاءات

إن الإحصاءات التي تم القيام بها عن النساء والمال
مدهشة. والإحصاءات المذكورة فيما يلي خاصة
بالولايات المتحدة، ولكنها تتشابه جدًّا مع البلدان الأخرى
في

جميع أنحاء العالم أو تسير في الاتجاه نفسه.

في الولايات المتحدة:

- ٤٧ ٪ من السيدات اللاتي تجاوزن سن الخمسين عزباوات، بعبارة أخرى، مسئولات عن أنفسهن ماليًّا.

- إن معاش المرأة أقل من معاش الرجال، وذلك نظرًا إلى أنها هي التي تتولى تنظيم شئون المنزل، فتبتعد المرأة عن مجال العمل بمتوسط ١٤.٧ عام، بالمقارنة مع

١.٦ عام للرجال. أضف هذه الحقيقة إلى الرواتب المنخفضة التي لا تزال تحصل عليها النساء فتجد أن استحقاقات التقاعد لا تتجاوز إلا ربع استحقاقات الرجال.

(المركز الوطني للمرأة وأبحاث التقاعد)

- ومن المتوقع أن تعيش النساء فترة أطول بمتوسط يتراوح من سبع إلى عشر سنوات أكثر من الرجال (آن ليتيريسي، ١٢ يونيه ٢٠١٢)، ما يعني حاجتهن إلى توفير

المزيد من المال لتلك السنوات. مع ذلك من المتوقع أن تعمر السيدات من جيل طفرة المواليد أكثر من أزواجهن، من خمسة عشر إلى عشرين عامًا في المتوسط.

- هناك ثلاث نساء من أصل أربعة من كبار السن اللاتي يعانين الفقر. (مورنينج ستار فاند إنفستور) - حوالي سبع نساء من أصل عشر نساء يعانين الفقر في وقت ما.

ماذا تخبرنا تلك الإحصاءات؟ تخبرنا بأن المزيد والمزيد من النساء غير متعلمات وغير مستعدات للاعتناء بأنفسهن ماليًّا، لاسيما عندما يتقدمن في العمر. لقد

قضينا حياتنا كلها في رعاية أسرنا، ولكن ليس لدينا القدرة على الاعتناء بأنفسنا بهذه

الطريقة الحيوية.

٢) تجنب التبعية

لا تقبل المرأة على الزواج وهي تتوقع حدوث الطلاق، ولا تبدأ وظيفة جديدة وهي تتوقع أن تُفصل منها. ولكن هذا الأمر يحدث بوتيرة أكثر بكثير حاليًّا.

يا أيتها النساء إذا كنتن تعتمدن على زوج أو رئيس أو أي شخص آخر في تكوين مستقبلكن المالي، فلابد أن تعدن التفكير في الأمر مليًّا؛ لأنه من الممكن أن يتخلوا

عنكن ببساطة. وفي كثير من الأحيان، قد لا ندرك مدى اعتمادنا عليهم، إلا عندما تواجهنا لحظة الحقيقة.

٣) تحطيم الحاجز الزجاجي

إلى جانب جميع التحديات التي يواجهها جميع موظفي الشركات في العالم ما قبل عام ٢٠٠٩، لا تزال النساء يواجهن تحديًا إضافيًّا، وهو عقبة ضخمة: "الحاجز

الزجاجي" المعيب (وهو عدم قدرة النساء والأقليات على الصعود إلى مراتب عليا). نعم، إن هذا الأمر صحيح، ولا يزال موجودًا حتى اليوم؛ حيث لا تستطيع المرأة،

أن تصعد إلى مستويات عليا من السلم الوظيفي، فقط لكونها امرأة. وماذا عن السيدات اللاتي يبلغن خمسين عامًا أو أكثر، ويردن الدخول مرة أخرى إلى عالم

التوظيف بالشركات؟ من الأفضل لك ألا تعرف الإجابة من الأساس.

في عالم التسويق الشبكي، تعد مجرد فكرة الحاجز الزجاجي للنساء مثيرة للسخرية. فشركات التسويق الشبكي، لا تهتم بكونك رجلًا أم امرأة، أسمر أم أبيض،

متخرجًا جامعيًّا أم متسربًا من التعليم الثانوي. بل تهتم

فقط بمدى مثابرتك وفاعليتك في بناء شبكتك، وكما أشرت من قبل، عدد النساء اللاتي يعملن في

التسويق الشبكي يبلغ أربعة

أضعاف الرجال.

إن العامل الأساسي لترقية النساء اللاتي يعملن في التسويق الشبكي هو المهارات، والتعليم، والخبرة. ليست هناك حدود ولا حواجز زجاجية أو غيرها.

٤) لا حدود للدخل

نظرًا إلى الحاجز الزجاجي وعدم المساواة في الأجور، الذي لا يزال موجودًا بين الرجل والمرأة في سوق العمل حتى الآن، غالبًا ما يكون دخل المرأة محدودًا. وأظهرت

الدراسات أن النساء اللاتي حصلن على مستوى التعليم نفسه والخبرة نفسها كنظرائهن من الرجال يجنين أربعة وسبعين سنتًا مقابل كل دولار يجنيه أقرانهن من

الرجال.

ولكن العمل في التسويق الشبكي قابل للنمو والتطور إلى حد كبير . بصرف النظر عن النوع فإن تدفق الدخل الذي تجنيه من بناء شبكتك في التسويق الشبكي لا

حدود له.

٥) زيادة الاعتزاز بالنفس

في رأيي أعتقد أن هذه هي إحدى أعظم الفوائد والمزايا للعمل في مجال التسويق الشبكي، وكذلك هو أقوى الأسباب التي تجذب النساء إلى هذا العمل. فمن المعتاد

أن يرتبط اعتزاز المرأة بنفسها بقدرتها على إعالة نفسها؛ حيث إن الاعتماد على شخص آخر فيما يتعلق بالأمور المالية، قد يؤدي إلى شعور منخفض بقيمة الذات.

فمن الممكن أن تقوم بأشياء مختلفة إذا لم تكن لديك مشكلة متعلقة بالمال.

ولقد رأيت سيدات يزداد اعتزازهن بأنفسهن، بمجرد أن يتمكن من تدبر أمورهن المالية بأنفسهن. وعندما يزداد اعتزاز المرأة بنفسها، تتحسن جميع العلاقات من

حولها. ويؤدي ازدياد شعور الاعتزاز بالنفس إلى نجاح عظيم؛ مما يؤدي في نهاية المطاف إلى أعظم هبة على الإطلاق، وهي الحرية.

٦) التحكم في الوقت

عندما يتعلق الأمر بتكريس الجهود من أجل تكوين الثروة، تواجه النساء غالبًا عائقًا كبيرًا أكثر مما يواجهه الرجال في ذلك، وهذا العائق هو الوقت . وينطبق هذا

الأمر بشكل خاص على الأمهات اللاتي يقضين ساعات طويلة في رعاية أطفالهن. أسمع العديد من النساء يقلن: "عندما أعود إلى المنزل من العمل، أضطر إلى

إعداد العشاء، ومساعدة أطفالي في واجباتهم المنزلية، وغسل الأطباق. وبحلول الوقت الذي يذهب فيه الجميع إلى النوم، وأحظى فيه بالقليل من الوقت لنفسي،

أكون منهكة!".

أما في حالة عملك في مجال التسويق الشبكي، فسيكون لديكِ سيطرة كاملة على وقتكِ. حيث

تستطيعين القيام بهذا العمل بدوام جزئي أو كلي، ويمكنكِ القيام

به من المنزل، أو عن طريق الهاتف، أو جهاز الكمبيوتر، في المساء أو في عطلات نهاية الأسبوع أو في أي وقت وأي مكان. إنه عمل يستطيع أن يسافر معكِ، فهو

ملازم لكِ في أي مكان، ويمكنكِ العمل أوقاتًا قصيرة تبلغ نصف الساعة إذا كان هذا فقط ما تسمح به ظروفك وجدولك الزمني.

ضرورة تكوين الثروة

إن هذه الأسباب الستة توضح سبب احتياج المرأة بشدة إلى بناء ثروة خاصة بها. وتؤكد الإحصاءات كيف تبدلت الأمور فيما يخص النساء، وتشير إلى أن حاجتنا إلى

تلقي تعليم مالي في الحياة الواقعية، لم يعد مجرد رفاهية، بل أصبح ضرورة. إن الاعتماد على شخص آخر في تحديد مستقبلنا المالي هو مغامرة غير محسوبة. قد

نصيب في النهاية، ولكنَّ الخطر يظل قائمًا وبشدة.

كان هناك كثير من النساء اللاتي حاربن الحواجز الزجاجية والدخل المحدود لعدة عصور. لكنهن لن يقابلن مثل هذين الأمرين في عالم التسويق الشبكي، بل على

العكس من ذلك يحصلن على مكافأتين عظيمتين، وهما: ازدياد الشعور بالاعتزاز بالنفس، وقضاء الوقت بالطريقة التي يرغبن فيها بالضبط.

ومع ذلك ليس لديَّ أية وسيلة لمعرفة ما الذي يدفعك إلى الدخول في هذا المجال، من ضمن كل تلك الأسباب

التي ذكرتها. فأنتِ لستِ "امرأة عادية"، أنتِ كما

أنتِ. وأنتِ وحدكِ تستطيعين تحديد السبب الأكثر أهمية بالنسبة إليك، الذي يدفعكِ إلى تأسيس مشروع التسويق الشبكي الخاص بكِ.

تكوين الثروة ... والاستمتاع بتكوينها

وبصرف النظر عن هذا السبب الملح، عليكِ أن تتذكري شيئًا واحدًا آخر عندما تبدئين في العمل في مجال التسويق الشبكي، وهو الاستمتاع وأنت تعمل فيه .

إنه لشيء رائع أن تفكري في أنك تستطيعين الحصول على مبلغ إضافي قدره ١٠٠ أو ١٠٠٠ أو حتى ١٠.٠٠٠ دولار في الشهر، وأنكِ ستتخلصين من التبعية، وتتمكنين من

التحكم في وقتك. ولكن إذا كنتِ لا تحظين ببعض المتعة في هذا العمل، فستنتهي بكِ الحال سريعًا إلى الوقوع فريسة للروتين، الذي يقع فيه كثير من العاملين في

عالم الشركات. ببساطة لابد أن يكون لديكِ حماس تجاه عملك؛ لأن نقص الحماس سينعكس على حسابك المصرفي.

لهذا السبب أعتقد أن إقامة حفلات التسويق للمنتجات - وهي إحدى طرق التسويق الشبكي، وعادة ما تكون حفلات منزلية - هو أمر مثالي جدًّا للعديد من

النساء اللاتي يبحثن عن فرصة لبدء مشروعاتهن الخاصة. فإن إقامة حفلات التسويق للمنتجات تعد فرصة مثالية لقضاء الوقت مع الأسرة والأصدقاء والاستمتاع

بالراحة في المنزل، حتى في أثناء قيامك بإنشاء

الشبكة الاجتماعية التي ستسمح لكِ بتكوين الثروة، والحصول على المتعة وقت بنائها.

والحقيقة المثيرة للاهتمام فيما يتعلق بتلك الحفلات، هي أنها تحقق نتائج رائعة، خلال الأوقات الاقتصادية العصيبة. في الواقع هذا هو أحد الأسباب التي تجعل

مجال التسويق الشبكي قوة لا يُستهان بها. تعد الشركات مثل، شركة

(يفرا كوزمتكس) التابعة لمؤسسة فورفيرك، وشركة ماري كاي، وتابروير، وسينتسي، وشركة بارتي لايت، وشركة ستامبن أب، ومجوهرات بارك لين، وشركة

لونجابيرجر، وساذرن ليفينج أت هوم، من ضمن أربع وستين شركة بيع مباشر، تحقق عائدات عالمية سنوية للبيع بالجملة تبلغ ١٠٠ مليون دولار أو أكثر.

وفقًا لتقرير مجلة دايركت سيلينج نيوز في سبتمبر ٢٠٠٩، شهدت شركة تاستيفولي سيمبل، وهي شركة متخصصة في إقامة الحفلات للتسويق للمواد الغذائية

المتميزة، ارتفاعًا في المبيعات بقيمة ٥ ٪ عام ٢٠٠٨، على الرغم من الركود الاقتصادي في تلك الفترة. وشهدت شركة أخرى وهي بامبرد شيف (التي اشتراها الملياردير

وارن بافت عام ٢٠٠٢) ارتفاعًا بنسبة ٥ ٪ في نسبة التوظيف، خلال الفترة الزمنية نفسها.

ما المغزى من ذلك؟ تتيح شركات حفلات التسويق فرصًا منخفضة المخاطر، ومرتفعة العائد لأية امرأة تفكر في تولي مسئولية مستقبلها المالي. أنا أوصي بهذا النوع

للأمهات ربات المنازل اللاتي يفكرن في الانضمام إلى صفوف رواد الأعمال الجدد، والنساء العاملات اللاتي يفكرن في الحصول على دخل إضافي لرواتبهن، وكذلك

طالبات الجامعة اللاتي يطمحن إلى كسب بضعة دولارات إضافية، وأوصي به أية امرأة ترغب في الحصول على فرصة جمع الثروة ... والاستمتاع بجمعها.

ما الأمر المهم بالنسبة إليك؟

في أحد لقاءاتنا الأولى، سألني "روبرت" ماذا أريد أن أفعل في حياتي. أخبرته بأنني أريد إدارة مشروع خاص بي في يوم من الأيام. قال لي: "أستطيع مساعدتك على

هذا الأمر"، وفي غضون شهر كان لدينا مشروع نديره معًا.

ولكنه بدأ يتحدث معي عن أمور أعمق من ذلك، تتعلق بالقيم الروحية، ويسألني عن هدف حياتي. وكان هذا في ثمانينيات القرن الماضي عندما كان المواطنون

مُجدين بشكل كبير جدًّا في عملهم لدرجة عدم الراحة، وفخورين بهذا الأمر. وبحلول تسعينيات القرن الماضي، بدأ الكثيرون في إلقاء نظرة فاحصة على حياتهم،

وطرح بعض الأسئلة الشائكة. ولكن بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، بدأ كثيرون في ترديد بعض العبارات، مثل: "فلنتوقف قليلًا ولننتظر لحظة. لماذا نبذل

كل هذا الجهد في العمل دون أية راحة؟ ماذا نفعل في حياتنا هذه؟ أين سأصل بعد كل ذلك؟".

أسمع السيدات يقلن طوال الوقت إنهن منشغلات جدًّا لدرجة أنهن لا يستطعن المشاركة في أي عمل من

المنزل بدوام جزئي. وأقول لهن: "ها هو ذا العامل
الأساسي في إنجاح مشروعاتكن: عليكن أن تفكرن
في حياتكن، تفكرن فيها بشكل جدي، ثم تطرحن على
أنفسكن هذا السؤال: "ما الشيء الذي يمثل بالنسبة
إليَّ
أهمية كبيرة، ويجب أن أحظى به في حياتي؟".

ما الشيء المهم الذي سيدفعك إلى بذل وقتكِ وجهدك
لبناء مشروع يدر عليكِ دخله الخاص، ثم تستخدمين هذا
الدخل في تكوين الثروة التي ستعتني بك لبقية
حياتكِ؟ لابد من معرفة هذا الشيء؛ حيث إنك إن لم
تعرفيه وتحدديه، لن يحدث أبدًا.

ويختلف مفهوم الحرية لدى الجميع، كما يختلف مفهوم
النجاح لدى الجميع كذلك. إنه أمر شخصي، وينبغي أن
يكون شخصيًّا. إن الأرقام هي مجرد أرقام،
سواء كان خمسة آلاف دولار أو مليون دولار، فهذا الرقم
لا يعني أي شيء إلى أن تضفي عليه معناه في
حياتكِ الخاصة.

في وقت مبكر من زواجنا، كنت أنا و"روبرت" نعمل
بحماس لإقامة مشروع خاص بنا، وحتى لا ندع الآخرين
كي يملوا علينا أفعالنا، ونتحكم في مستقبلنا
الاقتصادي. كان هذا مهمًّا جدًّا بالنسبة إلينا لدرجة أننا
كنا على استعداد لتحمل أية صعاب في سبيل تحقيق
ما أردناه.

واستغرق الأمر منا سنوات، حوالي عشر سنوات.

كان عدم الحصول على دخل في بعض الأحيان أمرًا جللًا
بالنسبة إلينا. وكان جميع أصدقائنا يخبروننا بأننا قد

أصابنا الجنون، وأن علينا أن نجد وظائف عادية

برواتب ثابتة، ولكن هذا بالضبط ما لم نرغب في القيام به.

وأخيرًا اتخذنا قرار القيام بشيء ما؛ فبدأ "روبرت" في التدريس في بعض الدورات التدريبية. وذهبت أنا إلى صديقة كان لديها مصنع لإنتاج الملابس وطلبت منها أن

تكلفني بالتسويق لتلك الملابس، وكنت أسوق لهذه الملابس في صالونات التجميل، وأسست متاجر صغيرة بها. لم أحصل على أي راتب ولم يكن هناك أية

ضمانات، كل ما كنت أحصل عليه هو عمولات ما أحققه من مبيعات، وفي الواقع كنت أحصل على عمولات قليلة جدًّا. لكنَّ هذا الأمر جعلني أخرج إلى العالم

وأخوض التجربة، وأحقق شيئًا ما.

وتعلمت أن هذا هو المبدأ الأساسي لريادة الأعمال، وهو: حتمية الخروج إلى عالم الأعمال وخوض التجربة، والقيام بتحريك الأمور، وتحقيق شيء ما. والطريقة

الوحيدة التي ستفعلين بها ذلك هي معرفة الأمر المهم حقًّا بالنسبة إليكِ، وإدراك أن الطريقة الوحيدة لتحقيقه هي تأسيسه بنفسكِ.

الجزء الثالث

مستقبلك يبدأ الآن

الخطوات اللازمة لبدء مشروع

التسويق الشبكي الناجح الخاص بك

الفصل الثامن عشر

الاختيار السليم

إذن، لقد اتخذت قرار البدء في مشروع التسويق الشبكي الخاص بك. تهانينا! عليك الآن أن تختار شركة من بين هذه الشركات. وهناك عدة آلاف من شركات

التسويق الشبكي الموجودة في سوق الأعمال الآن. إلى أي واحدة منها ستنضم؟ وعلى أي أساس ستختار؟

غالبًا ما يتخذ المنضمون حديثًا إلى مشروعات التسويق الشبكي هذا القرار بشكل عشوائي، عن طريق الموافقة ببساطة على أول فرصة تأتي لهم. الآن، قد تكون أول

شركة تسمع عنها شركة عظيمة، ويكون اختيارك لها اختيارًا حكيمًا، ولكن ينبغي أن يكون اختيارك واعيًا ومدروسًا، ويجب أن تأخذه بعناية؛ فهذا هو مستقبلك

الذي على المحك هنا.

إذن كيف ستختار؟ ما المعيار الذي تتخذ قرارك بناءً عليه؟

"شركتنا لديها أفضل نظام للعمولة والمكافآت، تستطيع جني كثير من المال في

هذه الشركة!".

عندما كنت أبحث في أمر شركات التسويق الشبكي المختلفة، كثيرًا ما كنت أسمع هذا التعليق. كان الموظفون حريصين على إظهار مزايا مشروعهم، ويخبرونني

بقصص الأفراد الذين يجنون مئات الآلاف من الدولارات في الشهر من عملهم، ولكنني لم أشك في هذا الأمر؛

حيث إنني التقيت بأشخاص كثر يجنون فعليًّا مئات الآلاف من الدولارات في الشهر من عملهم في مجال التسويق الشبكي.

إنني على الرغم من ذلك، لا أوصي باستهداف الدخول إلى مجال التسويق الشبكي فقط كوسيلة من وسائل جني الأموال.

"لدينا أفضل وأجود المنتجات، تلك المنتجات التي غيرت حياة الكثيرين!".

لقد سمعت تلك الجملة كثيرًا أيضًا. قد تكون المزايا الكبيرة للمنتجات هي السبب الثاني الذي يقود الأشخاص إلى الانضمام إلى إحدى شركات التسويق الشبكي،

وهذا لأن جني الأموال دائمًا ما يكون هو السبب الأول. ولم أشك في هذا الأمر أيضًا. رغم أن ما سمعته كان كثيرًا ما يحمل بعض المبالغة والتهويل، لكنني اكتشفت

بعض المنتجات الرائعة فعلًا وما زلت أستخدمها حتى الآن. وفي الواقع فإن المنتجات عالية الجودة هي إحدى السمات المميزة لشبكات التسويق.

ولكن المنتجات أيضًا ليست هي الميزة المهمة في هذا الأمر.

دعني أكرر هذا الأمر:

عند اختيار الشركة التي ستعمل معها لا يكون المنتج الذي تقدمه هذه الشركة هو العنصر الرئيس في تحديد اختيارك.

إنني أؤكد هذا الأمر؛ لأن الكثيرين يعتقدون أن المنتج هو المعيار الأكثر أهمية، ولكنه ليس كذلك. ضع في اعتبارك

أنك لا تعمل موظف مبيعات، بل إنك في الطريق

إلى تأسيس مشروع خاص بك، وهذا العمل ينطوي على بناء شبكة . وعندما تبدأ في البحث في الشركات المختلفة، يجب أن يكون السؤال الحاضر في ذهنك هو: "هل هذه الشركة ستساعدني على تعلم كيفية إتقان بناء الشبكة أم لا؟".

السبب الأول الذي أوصي بالعمل في مجال التسويق الشبكي من أجله، هو ما يوفره من تعليم إدارة الأعمال في عالم الواقع، وهو ما يؤدي إلى التطور الشخصي.

تم إعداد نظام التسويق الشبكي بطريقة تسمح للجميع بتقاسم الثروة. إنه متاح لأي أحد لديه الدافع والتصميم والمثابرة. إنه لا يعبأ بهويتك، ولا بالكلية التي

درست فيها (أو إذا كنت حصلت على تعليم جامعي من الأساس أم لا) أو بمقدار المال الذي تجنيه حاليًّا، أو عرقك، أو نوعك أو مظهرك الجيد أو مدى شعبيتك أو

حتى ذكائك.

معظم شركات التسويق الشبكي تهتم في المقام الأول بمدى استعدادك للتعلم، وقدرتك على التغير والتطور، وبمدى قدرتك على المثابرة حتى في أحلك الظروف،

في طريقك نحو أن تصبح صاحب مشروع تجاري.

هل هذا الأمر ينطبق على جميع شركات التسويق الشبكي؟ لا، فكما هي الحال في أي شيء، هناك شركات جيدة وأخرى سيئة، وهناك شركات حقًّا رائعة.

لا تدعم جميع شركات التسويق الشبكي التعليم، فهناك بعض الشركات التي لا تهدف إلى شيء سوى

استغلالك: فهم يريدونك فقط أن تبيع منتجاتهم، ولا يهتمون بتعليمك أي شيء على الإطلاق. ويريدونك أن تضم عائلتك وأصدقاءك إلى الشبكة. إذا صادفت أية شركة من هذا النوع، فإنه يجب عليك أن تكون حذرًا جدًّا من التعامل معها؛ حيث إنهم لن يساهموا في تطويرك، وربما لن يكون لهم وجود في سوق الأعمال وقتًا طويلًا.

وهناك كثير من الشركات الرائدة المكرسة تمامًا لتعليمك كل ما يتعلق بالمشروعات التجارية. إنهم ملتزمون بتعليمك على المدى الطويل، كما أن العمل على تطوير

مهاراتك وقدراتك هو من أولى أولوياتهم؛ فعندما تجد شركة من هذا النوع، بها قادة على استعداد لتدريبك ومساعدتك؛ لكي تصبح قادرًا على العمل في هذا

المجال على أكمل وجه، فهذا هو نوع الشركات الذي يجب أن تعمل فيه.

هل نظام العمولة والمكافآت أمر مهم؟ بالتأكيد. هل جودة خط الإنتاج أمر مؤثر؟ بالطبع. ولكن ما هو أكثر أهمية من ذلك وما أتطلع إليه حقيقة هو الطريقة التي

تكرس بها تلك الشركة جهودها لتطويرك حتى تصبح فردًا قويًّا ينتمي للفئة " B "، أن تكون رجل أعمال حقيقيًّا قادرًا على تكوين ثروة؛ وهذا هو الأمر الأكثر

أهمية في شركة التسويق الشبكي التي ستنتسب إليها: إنها حقًّا مدرسة لتعليم الأعمال.

إذا راق لك ما سمعته في العرض التقديمي الأولي، فاقض بعض الوقت في مقابلة الأشخاص القائمين على التعليم والتدريب.

عليك أن تستثمر وقتك، وتنظر إلى ما هو أبعد من نظام العمولة والمكافآت والمنتجات، وتلقي نظرة فاحصة على جوهر هذه الشركة: هل هي تهتم بالفعل بتدريبك وتعليمك؟ إن هذا الأمر يتطلب منك وقتًا أكثر من مجرد الاستماع إلى إعلان ترويجي لمدة ثلاثين دقيقة، أو تصفح أحد الموقع الجذابة على شبكة الإنترنت، أو التعرف على مرتبات العاملين في الشركة. فاكتشاف مدى كفاءة الشركة بشكل فعلي، يتطلب منك أن تشحذ الهمة، وتحضر ندوات وفعاليات الشركة الخاصة بالتدريب والتعليم.

إذا راق لك ما سمعته في العرض التقديمي الأولي، فاقض بعض الوقت في مقابلة الأشخاص القائمين على التعليم والتدريب.

عليك كذلك أن تبحث الأمر بعناية؛ لأن هناك كثيرًا من شركات التسويق الشبكي التي تدعي امتلاك خطط تدريبية عظيمة، ولكنَّ هذا ليس صحيحًا بالنسبة إلى جميع الشركات؛ ففي بعض الشركات التي أجريت بحثًا عليها كان التدريب الوحيد الذي يقدمونه هو التوصية بقائمة كتب لقراءتها، ثم يركزون على تدريبك على جذب أصدقائك وعائلتك إلى الانضمام للشركة.

ولذلك يجب عليك أن تأخذ ما يلزمك من الوقت لمعرفة النظام داخل أية شركة؛ حيث يوجد بالفعل عدد ليس بالقليل من شركات التسويق الشبكي التي تمتلك

خططًا تعليمية وتدريبية ممتازة، وفي الواقع بعض هذه التدريبات هي من أفضل تدريبات الأعمال التي رأيتها على الإطلاق.

وفيما يلي بعض الأسئلة التي يجب أن تطرحها على نفسك، قبل الانضمام إلى أية شركة من شركات التسويق الشبكي.

- من يدير الشركة؟

- هل تقدم الشركة خطة عمل محددة؟

- هل تتبنى الشركة تطوير مهارات العمل، والتنمية الشخصية بوصفهما جزءًا طبيعيًّا من برامجها التعليمية والتدريبية؟

- هل الشركة لديها خط إنتاج قوي، وعالي الجودة، يمكن تسويقه، ويمكنك أن تكون متحمسًا له؟

من يدير الشركة؟

إن الأشخاص عديمي الخبرة الذين يبدأون عملًا تجاريًّا جديدًا بمنظور الفئة " E "

أو الفئة " S " غالبًا ما ينظرون إلى منتجات الشركة، أو الرواتب أو الترقيات، من أجل الحكم على قوة الشركة. أما أنا فأتجاوز كل هذا وأنظر مباشرة إلى الرؤساء ،

هؤلاء الأشخاص الذين يتولون دفة القيادة.

وهذا لا يعني أن المنتج، والرواتب وأي شيء آخر ليس له أهمية، ولكن ليست هناك شركة مثالية، ودائمًا ما تقع مشكلات. فإذا كان لديك أشخاص مناسبون

يتولون دفة قيادة الشركة،

فهذا يعني أنهم يستطيعون حل أية مشكلة قد تطرأ.

وفي الواقع إذا كان لديك أشخاص ممتازون يقودون الشركة، فهذا يعني أنه ليس هناك أية مشكلة

تستعصي عليهم. ولكن إذا كان الأشخاص الذين يتولون القيادة سيئين، فهذا يعني أنه إذا حدثت أية مشكلة، فلن يتمكنوا من القيام بأي شيء حيالها على

الإطلاق.

لا تدع النظام الخارجي لأية شركة يخدعك، فليس كل ما يلمع ذهبًا، عليك أن تنظر إلى ما هو أبعد من مقاطع الفيديو الترويجية ومواقع الإنترنت، بل ينبغي

عليك أن تنظر إلى الرؤساء، وتتعرف على خلفياتهم وخبراتهم وسجلات أعمالهم وشخصياتهم. وسواء تمكنت من معرفتهم شخصيًّا، أو عملت معهم مباشرة،

فإنهم هم شركاؤك في العمل.

جون: هناك شيء ما أريد توضيحه بخصوص تلك الخرافة التي ينشرها المروجون المتحمسون، التي تقول: إذا أردت جني "كثير من المال"، فعليك أن "تشارك في

المشروع منذ بدايته"، وهذا ليس حقيقيًّا.

روبرت: إن هذه المقولة ليست غير حقيقية فحسب، بل إنها خطأ للغاية! تفشل غالبية الشركات الناشئة خلال أول أو ثاني سنة لها، بما فيها شركات التسويق

الشبكي الناشئة. فلماذا قد ترغب في المخاطرة بعملك الجاد، ووقتك وطاقتك من خلال استثمارهما جميعًا في شركة ليس لها سجل أداء حافل؟

جون: هناك شركات تسويق شبكي قوية وممتازة وقابلة للنمو نشأت منذ ثلاث سنوات، وهناك أيضًا شركات أخرى بدأت عملها منذ ثلاثين عامًا. صحيح أن

هناك

شيئًا ما مثيرًا ومحفزًا في المشاركة في مشروع ما لا يزال في بداياته المبكرة، ولكنْ هناك أيضًا كثير من القوة والموثوقية الناتجتين عن الانتساب إلى شركة منخرطة في

هذا العمل منذ عقود.

لا بد أن تتحرى الحرص اللازم عند العمل مع شركة قد بدأت عملها في هذا المجال منذ وقت قصير، لكن هناك استثناءات في هذا الموقف؛ فقد تجد شركة جديدة

بدأت أعمالها منذ وقت قصير، لكنها تمتلك أوراق اعتماد قوية، جديرة بوضعها في الاعتبار.

والهدف هنا هو أخذ الاحتياطات الواجبة: بأن تقوم بالتعرف على الشركة التي ستتعامل معها، والأفراد الذين ستعمل معهم.

لا تنخدع بكلام هؤلاء الذين يخبرونك بأن الحيلة التي تجعلك غنيًّا هي أن تعمل مع شركة جديدة أو شركة يبلغ عمرها خمس سنوات أو خمسًا وثلاثين سنة.

ليس هناك "حيلة" ولا طريقة معينة. كل ما تريده هو شركة على درجة من الوعي والإدراك والمعرفة بعملها، وتعطيك إشارات واضحة من شأنها مساعدتك على

المدى الطويل.

هل تقدم الشركة خطة عمل محددة؟

جون: إن شركات التسويق الشبكي التي توفر فرصًا مربحة وقابلة للتطوير لا تتوقع منك البدء من الصفر مرة أخرى، ولكنها توفر لك خطط عمل تساعدك على

تحقيق النجاح الذي تسعى إليه. على سبيل المثال،

سيكون لديهم دليل تدريبي يقدم لك بعض الاقتراحات لبعض الأنشطة اليومية والأسبوعية لتقوم بها.

وتوفر بعض الشركات لأصحاب العمل مواقع إلكترونية شخصية لمساعدتهم على تعريف العملاء بالشركة أو مشاركة المنتجات والفرص. لقد أصبحت أدوات

العرض المهنية من الدرجة الأولى كالأقراص المدمجة، وأقراص الدي في دي، والتدوينات الصوتية، والمواد المطبوعة، هي الأدوات المعتادة التي يمتلكها المسوق

الشبكي النموذجي.

هل تتبنى الشركة تطوير مهارات العمل، والتنمية الشخصية بوصفهما جزءًا طبيعيًّا من برامجها التعليمية والتدريبية؟

لقد أوضحت تمامًا أن التدريب والتعليم اللذين تحصل عليهما يمثلان القيمة رقم ١ في تجربة العمل في التسويق الشبكي، إنهما أكثر أهمية حتى من الدخل الذي

تجنيه؛ لذلك احرص على وجودهما في الشركة.

وتأكد من أن شركتك تُولي أهمية كبيرة للتدريب المنتظم، سواء التدريب على مهارات العمل أو التدريب على التطوير والتنمية الشخصية أيضًا. ولعدة عقود كان

قادة هذا المجال يدركون أنه من المفيد توفير نظام ثابت من المواد الملهمة والتعليمية للأفراد الذين يعملون لديهم. وفي الماضي كانت هذه المواد عبارة عن كتب

وأشرطة سمعية. وفي القرن الحادي والعشرين أصبحت تلك المواد عبارة عن أقراص مدمجة وأقراص دي في دي، وتدوينات صوتية، واجتماعات عن بعد،

ومؤتمرات على الإنترنت، وبعض الكتب، نعم، فلا غنى عن الكتب أبدًا!

جون: كما أن إقامة الفعاليات الواقعية أيضًا ما زالت مهمة، حتى في عصر الإنترنت؛ حيث إن هناك شيئًا ما قويًّا في الحضور فعليًّا في حدث واقعي، شيء ما لا تستطيع أية وسيلة أخرى أن تحل محله بالكامل.

وعلى الرغم من أنه في الوقت الحالي، عادة ما يتم إجراء الأعمال المتتابعة يوميًّا في مجال بناء الشبكة عبر الهاتف أو الإنترنت بقدر ما تُجرى وجهًا لوجه، فإنك تجد أن أفضل الشركات لا تزال تركز بقوة على إقامة فعاليات سنوية، ونصف سنوية، وفصلية، وشهرية. لماذا؟ نظرًا إلى قيمتها التعليمية والتدريبية وإسهامها في التطوير الشخصي.

وعلى أية حال ليست شركة التسويق الشبكي فقط هي التي ستشارك في تدريبك وتعليمك. بل لديك تسلسل هرمي كامل من الأشخاص، بدءًا من الشخص الذي يُدخلك مباشرة إلى الشركة (غالبًا ما يُطلق عليه "الراعي") مرورًا بهؤلاء الرعاة الذين ضموا هذا الشخص إلى الشبكة، ووصولًا إلى أعلى سلسلة الرعاية وهي (سلسلة "رؤسائك")، ووصولًا إلى مديري الشركة أنفسهم؛ حيث يمتلك جميعهم رغبة قوية في رؤيتك تتطور وتتعلم وتنجح.

وإحدى مزايا نظام التسويق الشبكي أنه تم إعداده ليكون على النقيض تمامًا من بيئة الشركات التي يأكل فيها القوي الضعيف، تلك الشركات التي قد يقوم فيها

أعز أصدقائك بالصعود فوق أكتافك ليصل إلى درجة أعلى في السلم الوظيفي.

ولا يوجد هذا النوع من المنافسة الشرسة في التسويق الشبكي، وذلك يرجع ببساطة إلى أن نجاح راعيك وسلسلة رؤسائك في الشبكة يعتمد على نجاحك؛

فالمستفيدون من نموك يريدونك أن تنمو!

هل الشركة لديها خط إنتاج قوي وعالي الجودة، يمكن تسويقه، ويمكنك أن تكون متحمسًا له؟

حتى لو لم يكن هذا هو الاعتبار الأول، فإن المنتج الذي تعرضه الشركة مهم بطريقة حاسمة؛ لماذا؟ بسبب كلمة واحدة هي: الدعاية.

لا تقوم شركات التسويق الشبكي عادة بالكثير من الدعاية في وسائل الإعلام؛ فأنت نادرًا ما ترى لوحات إعلانية أو إعلانات تليفزيونية لهذه المنتجات. ويرجع

السبب في عدم قيامهم بذلك إلى أنهم يستخدمون نموذجًا دعائيًّا مختلفًا تمامًا. فبدلًا من إنفاق ميزانياتهم الدعائية على وسائل الإعلام المكلفة، ينفقون ميزانية

الدعاية على أشخاص مثلك أنت.

جون: إن أهم شيء يؤدي إلى توسع الشبكة هو تناقل الكلام بين الناس؛ حيث يخبر بعض الأفراد أناسًا آخرين عن منتجاتهم أو خدماتهم والفرصة التي حظوا بها

ليكونوا جزءًا من الشبكة.

ولهذا السبب، فالمنتجات والخدمات التي عادة ما تبلي جيدًا في نموذج التسويق الشبكي هي تلك المنتجات التي يتحمس الأشخاص لها، أو لديها ما يجذب الناس،

أو لديها مكوِّن مثير للفضول أو سجل أداء فريد، أو تلك التي تقدم للمستخدم منافع قوية بشكل خاص، أو تلك المنتجات الأولى من نوعها، أو المنتجات الفريدة المتميزة.

خلاصة القول: الإثارة هي العامل الرئيسي.

لا تسئ فهمي الآن: فأنا لا أتحدث عن التهويل الدعائي، بل ما أقصده هو الترويج للصفات والسمات الحقيقية للمنتج؛ حيث لابد أن يكون منتجك في الحقيقة هو بالضبط ما تروج عنه.

ولكن من المهم أن نضع في اعتبارنا أنه ليس هناك منتج واحد هو "الأفضل"؛ فهناك مجال لآلاف المنتجات والخدمات. إن اختيار منتج ممتاز يعد إلى حد ما أمرًا شخصيًّا للغاية. فبعض الأشخاص لديهم انجذاب شديد لمنتجات العناية بالبشرة على سبيل المثال، أو المنتجات الغذائية، أو التكنولوجية.

هل هناك سوق قوية للمنتج؟ هل هذا المنتج سيروق لأعداد كبيرة من الأشخاص؟ هل هذا السعر تنافسي؟

هل تؤمن بقيمة المنتج وهل ستستخدمه شخصيًّا؟ هل تتعلق به قصة رائعة تستطيع روايتها؟ عندما تكون متحمسًا بصدق لذلك المنتج الذي تعرضه، فمن المحتمل أن يتحمسوا لذلك المنتج أيضًا.

الفصل التاسع عشر

ما يتطلبه الأمر

إذن، ما الذي يتطلبه تأسيس مشروع التسويق الشبكي الناجح الخاص بك؟ دعونا نرَ في البداية

الأشياء التي لا يتطلبها تأسيس مثل هذا المشروع.

لست بحاجة إلى ماجستير إدارة الأعمال، ولا خلفية تجارية رفيعة المستوى

تذكَّر كلمة قابل للمضاعفة . إن أفضل الإستراتيجيات في مجال التسويق الشبكي هي تلك التي تساعد على تفعيل مبدأ المضاعفة بشكل أفضل. يفعل التسويق

الشبكي بنموذج عمل الفئة " B " ما فعله "هنري فورد" في مجال صناعة السيارات: إنه يبسط العملية إلى الأجزاء المكونة التي من الممكن إنتاجها على نطاق واسع.

جون: إن إقامة مشروع تسويق شبكي ناجح لا يشبه صنع أحد الفنانين المهرة لتحفة يدوية، بل يشبه عزف مئات أو آلاف الأشخاص لسيمفونية بسيطة.

لا يجب أن تكون "بارعًا في المبيعات"

إن أحد أكبر المفاهيم الخاطئة الذي يعتقده الكثيرون ممن لا يعملون فعليًّا في مجال التسويق الشبكي، هو اعتقادهم أنهم يجب أن يكونوا "موظفي مبيعات بالفطرة" لينجحوا في هذا المجال.

إن هذه الاعتقادات ليس لها أي أساس من الصحة. إن التمسك بهذه الفكرة سوف يضر بك في عمل التسويق الشبكي؛ لماذا؟ لأن "موظفي المبيعات المهرة" لا يستطيعون مضاعفة أنفسهم.

جون: ضع في اعتبارك أن هذا العمل لا ينطوي على البيع بشكل أساسي، بل ينطوي على التدريب وبناء الفريق، وعلى القيادة كذلك. لا تتمحور وظيفتك حول بيع

كثير من المنتجات، ولا حتى حول تعليم الكثير من الأشخاص كيفية بيع كثير من المنتجات؛ بل تتمحور حول القيادة والتدريب وبناء الأفراد؛ فالهدف الأول والأساسي هو بناء الشبكة.

روبرت: ليس الهدف هو تحقيق الكثير من المبيعات ، بل الهدف هو بناء الشبكة .

جون : إن الأمر كذلك بالضبط.

لست بحاجة إلى الاستقالة من وظيفتك!

في الواقع، من الأفضل إلى حد كبير ألا تترك وظيفتك عندما تبدأ العمل في التسويق الشبكي. يرجع ذلك إلى أن إنشاء مشروعك الخاص لا يشبه بدء العمل في وظيفة جديدة التي تتلقى راتبك بمجرد بدئك للعمل بها، لكنَّ الأمر يختلف في التسويق الشبكي؛ حيث ستستغرق بعض الوقت لبناء الشبكة. فلتمنحه الوقت اللازم لذلك.

جون: لا يقتصر الأمر على الأسباب المالية فقط. فإذا كنت تستطيع أن تتحمل ماليًّا تبعات الاستقالة من وظيفتك، فإن الكثير من المسوقين الشبكيين يجدون أنه من الأفضل البدء في مشروعاتهم، والحفاظ في الوقت نفسه على علاقاتهم مع زملائهم في العمل؛ حيث يساعدهم ذلك على الحصول على شركاء محتملين في الشبكة، وضمهم إليها.

ويبني الغالبية العظمى من المسوقين الشبكيين أعمالهم عن طريق العمل بدوام جزئي. وأظهر الاستقصاء الوطني للعاملين بالمبيعات عام ٢٠٠٨ الذي

أجرته رابطة
البيع المباشر أن حوالي واحد من أصل ثمانية مسوقين شبكيين عملوا لمدة عشرين ساعة، أو أكثر في الأسبوع لبناء شبكاتهم.

لست بحاجة إلى أن تكون غنيًّا، أو أن تحصل على رهن عقاري آخر على منزلك

تتطلب معظم شركات التسويق الشبكي أقل من ٥٠٠ دولار كتكاليف فعلية لبدء العمل.

لا تسئ فهم هذا الأمر: إن ما توفره من رأس المال النقدي لبداية مشروعك، ستقوم بتعويضه ببذل الجهد والشغف في العمل. إن الاستثمار الأساسي في معظم

الشركات المملوكة ذاتيًّا يعد استثمارًا في الفرد نفسه ، على شكل استثمار الوقت والتركيز والمثابرة. لكنك لست بحاجة إلى المال الوفير لتبدأ هذا العمل.

جون: رغم ذلك فإن انخفاض استثمار رءوس الأموال في مثل هذه المشروعات، لا يعني عدم احتياجها إلى هذا الأمر؛ حيث إن هذه المشروعات عبارة عن عمل

تجاري وعليك إدارته بوصفه عملًا تجاريًّا، وهذا يعني أنك تحتاج إلى تكاليف تشغيل شهرية.

ستكون ميزانيتك الشهرية عادة بسيطة للغاية؛ حيث إنها ستكون عبارة عن نفقات شهرية لتوفير عينات مجانية من المنتج للمستهلك، ولتغطية تكاليف أدوات

الاتصال والعرض، وهي التي ذكرناها سابقًا (الأقراص المدمجة والدي في دي، ومواقع الإنترنت، إلخ)، فضلًا عن تكاليف توفير مواد متقدمة في تطوير العمل

والتطوير الشخصي.

لذا لن تحتاج إلى حصة نقدية كبيرة لتبدأ العمل، ولكنك تحتاج إلى وضع ميزانية بعض النفقات الشهرية.

لست بحاجة إلى أن تكون نابغًا في التفاوض أو بارعًا في الحسابات

أنت بحاجة إلى رغبة جامحة، وعزيمة ناتجة عن تحمسك الشديد لهذا المشروع.

يقول صديقي "دونالد ترامب": "عليك أن تحب ما تعمل؛ حيث يصعب تحقيق النجاح الباهر من دون الشغف. كرجل أعمال، ستواجه أوقاتًا عصيبة إن لم تكن

شغوفًا بما تعمل".

تلك هي بعض الأشياء القليلة التي لا يتطلبها تأسيس مشروع تسويق شبكي ناجح. والآن دعنا نلقِ نظرة على الأشياء التي يتطلبها تأسيس مثل هذا المشروع.

يتطلب أن تكون صادقًا مع نفسك

إن بناء مشروع تجاري ينتمي للفئة " B " ليس بالمهمة السهلة. عليك أن تطرح على نفسك الأسئلة التالية: "هل أمتلك المقومات اللازمة لهذ الأمر؟ هل أنا مستعد

للخروج من منطقة الارتياح الخاصة بي؟ هل أنا مستعد لأن أخضع للقيادة وأتعلم أيضًا كيف أقود؟ هل هناك شخص ثري بداخلي مستعد للظهور؟". إذا كان

الجواب "نعم" فعليك أن تبدأ في البحث عن شركة تسويق شبكي لديها برنامج تدريبي عظيم.

جون: أود أيضًا أن أضيف شيئًا، وهو: عليك أن تتأكد من الفئة التي تنتمي إليها، وأن تدرك كذلك ما ترغب في تحقيقه في الحياة. فإن وجود رؤية واضحة لديك لما

ترغب في إنجازه لهو أمر ضروري.

احرص على معرفة توقعاتك بوضوح، ومعرفة ما يتطلبه الأمر، من حيث الوقت الذي ستكرسه كل أسبوع، وكذلك المال والمهارات والموارد. وتعرف بوضوح على الإجراءات التي ستحتاج إليها لإنجاح هذا المشروع. وضع إطارًا زمنيًّا واضحًا وواقعيًّا.

في الكتاب الذي كتبته مع "دونالد ترامب" بعنوان Why We Want You to Be Rich ، كتب "دونالد": "يتطلب التسويق الشبكي روحًا تجارية، وهذا يعني التركيز والمثابرة. وأنا لا أوصي بالتسويق الشبكي للأشخاص الذين ليست لديهم دوافع ذاتية عالية".

إن "دونالد" محق تمامًا في ذلك.

يتطلب التوجه السليم

إنني أرى أن عملية أن أصبح صاحب مشروعات هي عملية مستمرة، وهي عملية لا أزال منخرطًا فيها. أنا أؤمن بأنني سأكون صاحب مشروعات يتدرب ويتعلم حتى النهاية. أنا أحب المشروعات التجارية، وأحب حل المشكلات التي تطرأ في عالم الأعمال. تلك العملية تجعلني أعيش الحياة التي أحبها. لذلك، على الرغم من أن الرحلة تكون قاسية في بعض الأحيان، فإنها تستحق كل هذا العناء.

إن إحدى الأفكار التي جعلتني مستمرًّا في مسيرتي، التي كانت بمثابة شعاع النور الذي ينير طريقي في الظلام، حتى في أحلك الأوقات، هي عثوري على ورقة صغيرة ملصقة على قاعدة هاتف المكتب في شركة تصنيع المحافظ الرجالية الرياضية التي أسسناها تقول:

يمكنك أن تستسلم في أي وقت. لماذا تبدأ الآن؟

كان هناك كثير من المكالمات الهاتفية التي اضطررت إلى تلقيها، التي كانت تعطيني كثيرًا من الأسباب الكافية التي تدفعني إلى الاستسلام. ولكن بعد إغلاق الهاتف،

يقع نظري على تلك الحكمة الصينية، وأقول لنفسي: "بقدر ما أريد الاستسلام، لن أستسلم اليوم، بل سأستلم غدًا".

الشيء الجيد هو أن هذا الغد لم يأتِ قط.

اعتاد والدي الغني أن يقول لي إنه إذا كان تحقيق الثراء أمرًا سهلًا، كان الجميع سيصيرون أثرياء. لهذا السبب عندما يسألني الكثيرون عن ذلك الشيء الذي

جعلني ثريًّا، أجيبهم بأن السبب الأول هو أنني لم أكن أريد أن أكون خاضعًا لسيطرة أي شخص، بل كنت أريد أن أكون حرًّا. لم أرغب في الأمان الوظيفي، بل

الحرية المالية. وهذا ما يمنحك إياه التسويق الشبكي.

إذا كنت تحب أن تتلقى الأوامر من شخص ما بشأن المهام التي يجب عليك القيام بها، وبمواعيد ذهابك إلى العمل والخروج منه، فإن عمل التسويق الشبكي لا يناسبك.

يتطلب تحقيق نمو حقيقي

قد يمكن لمشروع التسويق الشبكي أن يكون مشروعًا ينتمي إلى الفئة " B "، ولكنَّ هذا لا يعني بالضرورة أنه سيصبح كذلك. هذا الأمر يتوقف عليك أنت.

إن التسويق الشبكي هو الطريقة المثالية لمن يريدون الانضمام إلى الفئة " B ". في حين أن دخلك الذي قد

تجنيه إذا كنت تنتمي إلى الفئة " E " أو الفئة " S " يقتصر عادة على مقدار ما تستطيع أنت إنتاجه كفرد ، لكنَّ الأمر يختلف في عمل التسويق الشبكي؛ حيث إنك تستطيع أن تجني الأرباح، بقدر ما تنتجه الشبكة بأكملها.

وهذا يعني أنه بمجرد بناء شبكة كبيرة جدًّا، ستتمكن من جني مبلغ هائل من المال.

وعلى الرغم من ذلك فإن مجرد انضمامك إلى شركة تسويق شبكي لا يجعل مشروعك الجديد ضمن أعمال الفئة " B "، إلا إذا أصبحت شبكتك كبيرة حقًّا.

جون: يمكن تعريف "الشركات الكبيرة" من الناحية الفنية على أنها هي الشركات التي تضم ٥٠٠ شخص أو أكثر. إن هؤلاء الأفراد الذين يصل عددهم إلى ٥٠٠ فرد

يمكن وصفهم بأنهم "موظفون"، ولكنَّ هذا الأمر يتعلق بأعداد المشاركين. عندما تبني شبكة مكونة من ٥٠٠ مندوب مستقل أو أكثر، فإنك بذلك تكون قد حققت

الشروط اللازم توافرها في المشروع التجاري الكبير ، أو في مشروعات الفئة " B ". تم تصميم نظام عمل التسويق الشبكي ليتسع لأكثر من ٥٠٠ شخص. ومن الشائع

أن ينمو تنظيم شبكة الفرد ليصل إلى عدة آلاف أو حتى عشرات الآلاف، ولكنه من غير المعتاد أن يصل عدد الأفراد في مؤسسات التسويق الشبكي إلى مئات الآلاف.

والوافدون الجدد على الأعمال الشبكية كثيرًا ما يقترفون خطأ وصف أول دخل يحصلون عليه من

التسويق الشبكي ب"المال السهل"، بمعنى أنه قابل للصرف فورًا

منذ اليوم الأول. ولكن عندما يكون لديك مجرد ٥ أو ١٠ أو ٥٠ أو حتى ١٠٠ أو ٢٠٠ فرد في شبكتك، فهذا يعني أن عملك الجديد لا يزال في المرحلة التكوينية إلى حد كبير.

ولم يصبح عملًا تجاريًّا كبيرًا بعد.

وبمجرد أن تنمو شركتك لتشمل أكثر من ٥٠٠ فرد وتبدأ في الوصول إلى الآلاف، يصبح حينها لديك عمل حقيقي من الفئة " B "، الذي يولد الدخل السلبي. إنها

ليست مجرد شبكة قابلة للنمو فحسب، بل إنها أصل مدر للدخل كذلك.

ولكنَّ هذا يعني أن المرحلة الفاصلة التي تبدأ من انضمامك إلى الشبكة، وصولًا إلى المرحلة التي يصل فيها حجم العمل إلى ٥٠٠ فرد أو أكبر، هي المرحلة التكوينية،

مرحلة وضع حجر الأساس. ضع هذا في اعتبارك، واجعل عينيك مثبتتين على الهدف، وهو:

تكوين الثروة.

يتطلب الوقت

إذا كان لديك اعتقاد بأنه يمكنك بدء مشروع تسويق شبكي وتتوقع جني المال منه على الفور، فأنت لا تزال تفكر بالطريقة نفسها التي يفكر فيها هؤلاء الأشخاص

الذين ينتمون إلى الفئة " E " أو الفئة " S ". وفي الواقع، الأشخاص الذين ينتمون إلى الفئة " E " والفئة " S " غالبًا ما يقعون فريسة لخطط الثراء السريع

وعمليات الاحتيال في الحياة.

جون: ليست هناك طريقة لتحقيق الثراء السريع في مجال التسويق الشبكي. في حين أن أنشطة هذا العمل بسيطة، لكنها تحتاج إلى الوقت والجهد، لتأسيس

مصدر

للدخل السلبي.

تقول رابطة البيع المباشر إنه سيوافق - في المتوسط - واحد من أصل عشرة أفراد على الفرصة. ومع ذلك، قد يزداد هذا الرقم بازدياد مستوى خبرة مالك العمل.

ضع في اعتبارك أن هذا الرقم سيبقى صحيحًا من حيث حجم المبيعات. وعلى الرغم من أنك قد لا تجد هذا المتوسط صحيحًا بالنسبة إلى عشرة أشخاص فقط،

لكنك ستكتشف أنه صحيح بالنسبة إلى مائة شخص.

وعلى مر السنين كان هناك بعض الأشخاص الذين روجوا لمشروعات التسويق الشبكي كنوع من "المسار السريع" نحو تحقيق الثروة. وهذا بالطبع محض هراء.

العاملون في التسويق الشبكي الذين طوروا مهارات القيادة وبنوا مشروعاتهم وجمعوا ثروة حقيقية قضوا سنوات طويلة وشاقة في القيام بهذا الأمر.

لذلك لا تنخدع إذا قال لك شخص ما إنك ستحصل على نتائج سريعة إذا قمت بمثل هذا المشروع؛ حيث إن هذا المشروع ليس به مجال للمصادفات. إننا نتحدث

هنا عن حياتك.

في عالم الأعمال على أرض الواقع، إن لم تتمكن من تحقيق نتائج إيجابية في غضون ثلاثة إلى ستة أشهر، فستُطرد من العمل. لقد كانت شركة زيروكس أكثر

كرمًا؛ حيث سمحوا لي بالتعلم لمدة عام، وأمهلوني عامًا آخر للعمل تحت التدريب. وإن لم أحظَ بفرصة هذين العامين، كنت سأُطرد من العمل.

ولكنَّ موقفك مختلف: لن تطردك شركة التسويق الشبكي؛ لذا لا تطرد أنت نفسك.

لا تقض عدة أشهر أو سنة في بذل الجهد، ثم تقول: "حسنًا! لا أعتقد أن هذا العمل كتب له النجاح". امنح مشروعك الوقت الذي يحتاج إليه ليحقق النجاح.

روبرت: عندما أقول للكثيرين "امنحوا مشروعكم الوقت اللازم"، يطرحون عليَّ حتمًا هذا السؤال: "حسنًا، كم من الوقت يجب أن نمنحه؟". فكيف تجيب عن هذا

السؤال يا جون؟

جون: أعتقد أنهم يجب أن يمنحوه خمس سنوات.

روبرت: إن هذه هي الإجابة نفسها التي أجبتهم بها! في الواقع، هذا هو الوقت الذي يستغرقه بناء أي نوع من المشروعات التجارية، إنني أطلق عليها اسم

"الخطة الخمسية".

الخطة الخمسية

إذا كنت جادًّا في بدء رحلتك لتأسيس مشروع جديد، أوصيك بالالتزام لمدة خمس سنوات على الأقل، بالتعلم وبالتطور، وتغيير قيمك الأساسية ومقابلة أصدقاء

جدد؛ لماذا؟ لأن هذا هو الواقع .

لقد استغرق الأمر سنوات ليتمكن كل من "هوارد شولتز" من تأسيس ستارباكس، و"راي كروك" من تأسيس ماكدونالدز، و"مايكل ديل" من تأسيس شركة ديل

لأجهزة الكمبيوتر. لقد استغرقتُ كثيرًا من السنوات لأبني عملي الناجح الذي يقع ضمن أعمال الفئة " B ". وستحتاج أنت إلى سنوات لتبني شركة التسويق

الشبكي الخاصة بك. لماذا سيكون وضعك مختلفًا عن الآخرين؟

غالبية الناس لا يفكرون من حيث السنوات، بل إنهم متأثرون بالدعاية وقيم الفئة " E "، إنهم يفكرون من حيث الإرضاء الفوري. ألا تجد أي عجب في أن كثيرًا من

الأشخاص، عندما يبدأون التفكير في الانتماء إلى الفئة " B "، يكونون سريعي التأثر بفكرة "الثراء السريع"؟

عادة ما يتساءلون قائلين: "لقد انضممت للشبكة منذ أسبوع. متى سأبدأ في

جني المال؟".

أيها الرفاق: إن عبارة الثراء السريع بها تناقض؛ حيث لا تنشأ العلاقات الثرية سريعًا، والرواية الثرية التي تستحق القراءة لا تُكتب أبدًا بين عشية وضحاها.

وتحقيق الثراء، من حيث التعريف، يتطلب الوقت، وهذا ينطبق على الثراء المالي كما هي الحال في أنواع الثراء الأخرى. ولهذا السبب ينتمي القليلون جدًّا إلى الفئة

" B ". إن غالبية الأشخاص يريدون الحصول على المال، ولكنهم غير مستعدين لاستثمار وقتهم.

> عشرة آلاف ساعة: احسبها بنفسك. إذا كنت تعمل ثماني ساعات في اليوم، وخمسة أيام في الأسبوع، فإنك بذلك ستصل إلى ١٠.٠٠٠ ساعة بعد العمل لمدة خمس سنوات في وظيفة بدوام كامل.

يشرح "مالكولم جلادويل" في كتابه Outliers: The Story

of Success أن إنجاز أي شيء على نحو بارز يتطلب العمل الجاد لمدة ١٠.٠٠٠ ساعة؛ فقد عمل "بيل

جيتس"، عندما كان طالبًا في المرحلة الثانوية، في البرمجة لمدة ١٠.٠٠٠ ساعة. وعندما كان فريق البيتلز لا يزال مجرد فرقة بريطانية مغمورة تضم مجموعة من

الطامحين، كانوا يغنون في أحد المقاهي في هامبورج لمدة سبع ساعات يوميًّا وسبعة أيام في الأسبوع، وعملوا حوالي ١٠.٠٠٠ ساعة.

يقول "جلادويل": "إن الشيء المثير للاهتمام حقًّا في قاعدة ال ١٠.٠٠٠ ساعة أنها تنطبق تقريبًا على كل شيء. لا تستطيع أن تصبح أستاذًا كبيرًا في لعبة الشطرنج ما لم

تقضِ ١٠.٠٠٠ ساعة في ممارسة اللعبة. لاعب التنس المعجزة الذي بدأ اللعب في سن السادسة سيلعب في بطولة ويمبلدون في عمر السادسة عشرة أو السابعة عشرة

كاللاعب "بورس بيكر". الموسيقار الكلاسيكي الذي بدأ العزف على آلة الكمان في عمر الرابعة، يستطيع أن يعزف للمرة الأولى على مسرح كارنيجي هول في عمر

الخامسة عشرة أو نحو ذلك".

عشرة آلاف ساعة: احسبها بنفسك. إذا كنت تعمل ثماني ساعات في اليوم وخمسة أيام في الأسبوع، فإنك بذلك ستصل إلى ١٠.٠٠٠ ساعة بعد العمل لمدة خمس

سنوات في وظيفة بدوام كامل.

من حسن الحظ أن إتقان العمل في التسويق الشبكي

لا يشبه الوصول إلى مستوى أستاذ كبير في الشطرنج. كما أنك لست بحاجة إلى أن تصبح "بورس بيكر" أو

البيتلز أو "بيل جيتس". لست بحاجة إلى أن تصبح الأفضل في العالم، ولكن كل ما عليك هو إتقان مهارات هذا العمل فحسب. لن تحتاج إلى العمل بدوام كامل

لمدة خمس سنوات، أو لمدة أربعين ساعة في الأسبوع. ولكن عليك أن تسدي معروفًا لنفسك وتمنحها الوقت الكافي حتى تتعلم وتتقن ما يتطلبه بناء شبكة تسويق

عملاقة، تدر عليك دخلًا سلبيًّا.

على أية حال، أنا لا أزال أستخدم الخطة الخمسية التي ذكرتها من قبل.

عندما أقرر تعلم شيء جديد - كالاستثمار في مجال العقارات - أعطي نفسي فرصة خمس سنوات حتى أتعلم هذا المجال. وعندما أردت تعلم كيفية الاستثمار في

البورصة، أعطيت نفسي مهلة خمس سنوات حتى أتعلم هذا المجال. يستثمر الكثيرون لمرة واحدة، وعندما يخسرون بعض الأموال، يقلعون عن الأمر. إنهم

يستسلمون بعد أول إخفاق، وهذا هو السبب في فشلهم في التعلم. ولكن الخسارة تعد جزءًا من عملية الفوز؛ حيث إن الخاسرين وحدهم من يعتقدون أن

الفائزين لا يخسرون أبدًا. إنهم يعتقدون أنه لابد من تجنب اقتراف الأخطاء مهما كلف الأمر. ولكنَّ التعرض للخسارة يعد فرصة لا تقدر بثمن في سبيل تعلم

الدروس الضرورية.

أنا لا أزال أمنح نفسي مهلة الخمس سنوات حتى اليوم لاقتراف أكبر عدد ممكن من الأخطاء. أفعل ذلك لأني أعرف أنه كلما زاد عدد الأخطاء التي اقترفتها وتعلمت منها، أصبحت أكثر ذكاءً. فإذا لم أقترف أية أخطاء لمدة خمس سنوات، فهذا يعني أن معدل ذكائي لم يرتفع طوال تلك السنوات الخمس، بل زاد عمري خمس سنوات فقط.

أعط نفسك وقتًا لنسيان بعض ما تعلمته

ستتعلم في هذا المجال أنه ستتاح لك فرص جيدة من خلال نسيان بعض ما تعلمته .

إن أحد الأسباب التي تجعل كثيرًا من الأشخاص ماكثين في الفئة " E " والفئة " S "، هو أنهم يبدأون بالشعور بالارتياح والتأقلم مع أوضاعهم، وليس لأن هاتين الفئتين هما الأكثر راحة في الأساس؛ حيث تُفرض عليك ضرائب بكثافة، ولا تستطيع التحكم في وقتك أيضًا،

وكثيرًا ما تُجبر على العمل مع أشخاص لا تستطيع تحملهم ... إن هاتين الفئتين ليس بهما راحة على الإطلاق. ولكن يشعر الناس بالراحة فيهما؛ لأنهم قضوا سنوات في تعلم كيف يتأقلمون مع الأوضاع فيهما، وأصبحوا يجيدون ذلك.

يتغير كل هذا عندما تدخل عالم التسويق الشبكي. إن الخبرة التي يحصل عليها الفرد نتيجة الوقت الذي يقضيه في وظيفة تقليدية، أو العمل الحر، لا تكون مفيدة في مجال التسويق الشبكي. إن ساعات العمل

الثابتة والأجور والرواتب المحددة بناءً على الوقت الذي تعمل به، وهيكل الرؤساء وهياكل الإدارة الهرمية،

والوصف الوظيفي المحدد بدقة، وقاعدة عملاء محددين بوضوح ومجال خبرة محددًا بوضوح ومكاتب العمل داخل المؤسسات أو الشركات، هي أشكال كثيرة من

السمات المميزة لبيئة العمل التقليدية التي لا توجد ببساطة في مجال التسويق الشبكي.

إذا كنت عملتَ في مجال المبيعات التقليدية، كما ذكرنا من قبل، فستحتاج فعليًّا إلى التخلي عن تلك المهارات إلى حد كبير، حيث لا يهم في مجال التسويق الشبكي

ما تستطيع القيام به، بل ما يهم هو ما تستطيع القيام به ومضاعفته أيضًا.

وإذا كانت لديك خبرة في إدارة الموظفين، فستحتاج إلى التخلي عن بعض المهارات أيضًا؛ لأنك في التسويق الشبكي لا تقوم بتعيين الموظفين أو فصلهم ولا تملي على

أحد أفعاله. إنها ديناميكية مختلفة تمامًا، ولكي تتفوق في عالم الأعمال في القرن الحادي والعشرين، ستحتاج على الأرجح إلى التخلي عن بعض العادات القديمة.

فلتقضِ الوقت الكافي في نسيان ما تعلمته من عادات قديمة، بمقدارِ ما تقضي وقتًا في التعلم. ويرى كثير من الأشخاص أن أصعب مرحلة من مراحل الانتقال من

الجزء الأيسر من النموذج الرباعي المتمثل في الفئة " E " والفئة " S "، إلى الجزء الأيمن منه والمتمثل في الفئة " B " والفئة " I "، هي نسيان المبادئ التي تعلموها

في الفئتين " E " و" S ".

كل شيء يتحقق عن طريق العمل

يمكنك أن تضع الخطط لكل ما تريد إنجازه، وبإمكانك أن تتعلم ما تشاء، وتدرس ما تشاء، ولكنَّ الأشخاص الوحيدين الذين يفوزون في مجال التسويق الشبكي هم الذين يعملون اليوم وغدًا وكل يوم.

الفصل العشرون

استمتع بالحياة

ما الذي يجعلك ثريًّا؟ سيجيب الكثيرون قائلين: "المال بالطبع!". إنهم مخطئون؛ حيث إن امتلاك المال لا يجعلك ثريًّا؛ لأنك دائمًا عرضة لخسارة هذا المال. كما أن امتلاك العقارات لا يجعلك ثريًّا حقًّا، نظرًا إلى أن العقارات عرضة لفقدان قيمتها دائمًا (كما حدث في السنوات القليلة الماضية).

إذن، ما الذي يجعلك ثريًّا؟ إنها المعرفة.

الدرس الذهبي

عندما كنت شابًّا صغيرًا، وقبل أن أبدأ في الاستثمار في مجال العقارات، كان أول استثمار لي في مجال الذهب. حيث كنت أعتقد أن "الذهب هو المال الحقيقي"،

"فكيف سأفشل في هذا الأمر؟"، وفعلًا بدأت في شراء العملات الذهبية عام ١٩٧٢، عندما كان سعر أوقية الذهب حوالي ٨٥ دولارًا، وكان عمري حينها ٢٥ عامًا.

وعندما بلغت سن الثانية والثلاثين، أصبح سعر أوقية الذهب حوالي ٨٠٠ دولار، وتضاعفت أموالي بحوالي عشرة أضعاف.

يا إلهي!

استمرت نوبة الشراء هذه، وحل الطمع محل الحذر. وانتشرت شائعات تقول إن سعر أوقية الذهب سيصل إلى ٢٥٠٠ دولار. وبدأ المستثمرون الجشعون في التكالب

على شراء الذهب، حتى أولئك الذين لم يشتروا الذهب من قبل. وكان من الممكن أن أبيع عملاتي الذهبية مقابل مكسب هائل، ولكنني انتظرت أملًا في ارتفاع سعر

الذهب أكثر من ذلك. وبعد حوالي عام، بعت أخيرًا آخر عملة معي بعد أن هبط سعر أوقية الذهب إلى أقل من ٥٠٠ دولار. وراقبت سعر الذهب وهو يهبط أكثر

وأكثر حتى استقر أخيرًا على سعر ٢٧٥ دولارًا عام ١٩٩٦.

> ليست العقارات ولا الذهب ولا الأسهم ولا العمل الشاق ولا المال هي التي تجعلك ثريًّا، بل ما تعرفه عن العقارات والذهب والأسهم والعمل الشاق والمال هو الذي يجعلك ثريًّا. إن ذكاءك المالي هو الذي يجعلك ثريًّا بشكل أساسي.

لم أجنِ كثيرًا من المال عن طريق الاستثمار في الذهب، لكنني تعلمت درسًا لا يقدر بثمن عن كسب المال؛ حيث إنني بمجرد أن شعرت بأنني سأخسر المال عن

طريق الاستثمار في "الذهب"، أدركت حينها أن الأصل ليس في حد ذاته ذا قيمة، ولكنني أدركت أن المعلومات التي تتعلق بالأصول هي التي يمكنها أن تصنع منك

شخصًا غنيًّا أو فقيرًا.

ليست العقارات ولا الذهب ولا الأسهم ولا العمل الشاق، ولا المال هي التي تجعلك ثريًّا، بل ما تعرفه عن العقارات والذهب والأسهم والعمل الشاق والمال هو

الذي يجعلك ثريًّا. إن ذكاءك المالي هو الذي يجعلك ثريًّا بشكل أساسي.

هناك علاقة ضعيفة تربط الذكاء المالي بالذكاء الأكاديمي، أو ربما لا تكون له علاقة به على الإطلاق. من الممكن أن تكون عبقريًّا فيما يتعلق بالذكاء الأكاديمي،

ولكنك قد تكون أحمق فيما يتعلق بالذكاء المالي.

١) كيف تجني مزيدًا من المال؟

كلما زاد المال الذي تجنيه، ازداد ذكاؤك المالي. إن الشخص الذي يجني مليون دولار سنويًّا لديه معدل ذكاء مالي أعلى من الشخص الذي يجني ٣٠.٠٠٠ دولار سنويًّا.

٢) كيف تحمي أموالك؟

يسعى العالم كله إلى الاستيلاء على أموالك، وليس فقط الأشخاص المحتالين من أمثال "برنارد مادوف". إن أحد أكثر الاستغلاليين الماليين هي حكومتك التي

تسلب المال منك بطريقة قانونية .

فمثلًا الشخصان اللذان يجني كل واحد فيهما مليون دولار سنويًّا، إذا كان الأول يدفع ٢٠ ٪ ضرائب، في حين يدفع الثاني ٣٥ ٪، فهذا يعني أن الأول لديه معدل

ذكاء مالي

أعلى من الثاني.

٣) كيف تتحكم في أموالك؟

يفشل كثير من الأشخاص في الحفاظ على كثير مما يجنونه من أموال؛ لأنهم ببساطة يضعون ميزانياتهم كفقراء وليس كأغنياء. يتطلب التحكم في أموالك ذكاءً ماليًّا أيضًا.

فمثلًا هناك شخصان: يجني الشخص "أ" ١٢٠.٠٠٠ دولار سنويًّا، ويجني الشخص "ب" ٦٠.٠٠٠ دولار فقط سنويًّا، من منهم لديه ذكاء مالي أعلى؟ لا تتسرع في الإجابة.

فلنقل إن الشخص "أ" ينفق أيضًا ١٢٠.٠٠٠ دولار سنويًّا؛ مما يجعل محصلة مدخراته صفرًا في نهاية العام. بينما الشخص "ب"، الذي يجني ٦٠.٠٠٠ دولار، يتحكم في نفقاته بعناية ويتمكن من العيش جيدًا بمبلغ ٥٠.٠٠٠ دولار فقط، كما يستثمر مبلغ ال ١٠.٠٠٠ دولار المتبقي. من الذي يجني كثيرًا من الأموال في النهاية؟

إذا كانت مهاراتك في إدارة المال ضعيفة، فحينها لن تنقذك أموال العالم كلها. إذا تحكمت في أموالك بحكمة وحظيت بتعليم جيد بخصوص الفئتين " B " و" I "، فإنك إذن في طريقك لتحقيق ثروة شخصية عظيمة، والأكثر أهمية من ذلك، تحقيق الحرية.

إن القدرة على عيش حياة جيدة مع مواصلة الاستثمار، بصرف النظر عما إذا كنت تجني الكثير أو القليل من المال ، تتطلب مستوى مرتفعًا من الذكاء المالي. عليك أن تعمل بنشاط على تدبير نفقاتك من أجل تحقيق فائض في دخلك.

٤) كيف تزيد من قيمة أموالك؟

بعد أن تمكنت من تدبير فائض، يصبح التحدي المالي

التالي هو استغلال هذا الفائض. يعد عائد الاستثمار أحد أكثر القياسات دلالة حتى الآن على الذكاء المالي. إن

الشخص الذي يجني ٥٠ ٪ لديه معدل ذكاء مالي أكثر من الشخص الذي يجني ٥ ٪، والشخص الذي يجني ٥٠ ٪ معفاة من الضرائب، بالإضافة إلى أمواله، لديه

معدل ذكاء مالي أكثر من الشخص الذي يجني ٥ ٪، ثم يدفع ضرائب بنسبة ٣٥ ٪ على عائد ال ٥٪!

يدخر معظم الناس فائضهم المالي، إذا كان لديهم فائض، عن طريق الاحتفاظ به في البنك أو في محفظة صندوق استثمار مشترك، أملًا في زيادة قيمة أموالهم

بهذه الطريقة. ولكن هناك طرقًا أفضل بكثير لزيادة قيمة المال من الادخار وصناديق الاستثمار المشترك. وتلك الطرق لا تتطلب ذكاءً ماليًّا مرتفعًا؛ فبإمكانك تدريب

ولو حتى قرد على ادخار المال واستثماره في صناديق الاستثمار المشترك، وهذا هو السبب الذي يجعل عائد آليات الاستثمار هذه يرثى له في العموم.

حياة رائعة

ليس الغرض من عملك في التسويق الشبكي هو جني المال، بل توفير المهارات والذكاء المالي؛ حتى تستخدم هذا المال الإضافي في تكوين ثروة حقيقية.

ولكنَّ ذلك ليس هو الغاية، بل الغاية من تكوين هذه الثروة هي عيش حياة رائعة.

من ملاحظاتي للأشخاص في عدة مواقف مختلفة، أستطيع قول إنه توجد ثلاث طرق مختلفة للعيش. وتلك الطرق الثلاث مدفوعة من قِبل ثلاث عواطف

مختلفة، وتتطابق أيضًا بشكل مباشر مع ثلاث حالات

مالية وعاطفية مختلفة:

العيش في خوف

أنا أعرف كيف تبدو الحال عندما تكون مفلسًا. لقد وصفت كيف كان عام ١٩٨٥ هو العام الأسوأ في حياتي لعدة أسباب؛ حيث كنت أنا و"كيم" في حالة يرثى لها

ماليًّا لدرجة أننا كنا مشردين فعليًّا ونعيش في سيارتنا التويوتا القديمة المعطلة. كان الشعور بالخوف في هذه الأيام يشعرنا بالعجز، كان شديدًا للغاية لدرجة أنه

خدَّر أجسامنا تمامًا.

أنا أعرف هذا الشعور، كان الإحساس نفسه الذي شعرت به عندما كنت طفلًا صغيرًا نشأ في أسرة تعاني أزمات مالية طوال الوقت. كانت تلك السحابة المظلمة ل

"عدم امتلاكنا المال الكافي" تحلق فوق أسرتنا في أغلب فترات طفولتي. إن عدم امتلاك المال الكافي للعيش أمر مروع، كما يسبب الشعور بالأذى في جوانب أخرى

وليس الجانب المالي فقط؛ حيث يمكنه تقويض ثقتك بنفسك وشعورك بتقدير الذات وتدمير جميع جوانب حياتك.

العيش في غضب وإحباط

ثاني طريقة للعيش هي الحياة بشعور الخوف والإحباط من الاضطرار إلى النهوض والذهاب إلى العمل، خصوصًا عندما تفضل أن تعمل أي شيء آخر. والشخص

الذي يعيش بهذا الإحساس قد تكون لديه وظيفة جيدة ويتقاضى راتبًا مرتفعًا، ولكنه لا يستطيع تحمل تكلفة

التوقف عن العمل. وهذا هو سبب شعوره

بالإحباط. فهم يعرفون أنه في حالة التوقف عن العمل، سينهار العالم الذي يعيشون فيه.

ربما يقول أحد هؤلاء الأشخاص: "أنا لا أستطيع تحمل تكلفة الاستقالة. إذا تركت العمل، ستستولي البنوك على كل شيء لديَّ". وعادة ما يقول أحدهم: "لا

أستطيع الانتظار حتى موعد عطلتي المقبلة"، أو "يبقى أمامي فقط عشر سنوات على التقاعد".

العيش في سعادة وسلام ورضا

الطريقة الثالثة للعيش هي أن تعيش في راحة بال وأنت تعرف أنك ستجني كثيرًا من المال، سواء أكنت تعمل أو لا. وهذا هو الإحساس الذي أعيشه أنا و"كيم"

منذ عام ١٩٩٤، عندما بعنا شركتنا وتقاعدنا. وكانت "كيم" تبلغ حينها ٣٧ عامًا، فيما كنت أبلغ ٤٧ عامًا. والآن وبعد مرور عدة سنوات، لا نزال نعمل، ونعمل

بجد . لماذا؟ لأننا نحب ما نفعله.

هذا الشعور بعدم الحاجة إلى العمل ونحن نعرف أنه بصرف النظر عما نفعله سنحصل على كثير من المال بما يكفي طوال حياتنا، إنه شعور رائع وممتع بالحرية،

ويسمح لنا بفعل الأشياء التي نحبها حقًّا.

إننا نقضي وقتنا معًا، وسواء أكنا نلعب الجولف أو نسافر حول العالم أو نعمل ساعات طويلة في قاعات اجتماعات مجلس الإدارة، هذا كله مجرد تسلية وكلها

أشياء حلمنا بها. تلك هي حياتنا، كما أردناها بالضبط، ونحن نقدِّر ونعتز بكل لحظة فيها.

النمل والجنادب والبشر

ذكرت فيما مضى حكاية النملة والجندب. جميعنا نشأنا بهذه الفكرة، أن هناك طريقتين للعيش: إما تعيش كالنملة الصالحة والمتواضعة والكادحة والمقتصدة

التي تدّخِر الفتات من أجل المستقبل، أو كالجندب الذي لا يشعر بالمسئولية والمبذر الذي يلهو ويعبث طوال الوقت دون التفكير في المستقبل.

أضرنا هذا المفهوم بطريقة ما أكثر مما أفادنا. من الجيد أن تكون مسئولًا ومقتصدًا وتعد نفسك للمستقبل. ولكن ألقِ نظرة على نمط حياة النملة! هل ترغب فعليًّا

في أن تكون مجرد شخص ثانوي في مستعمرة عملاقة تجمع الفتات يومًا بعد يوم حتى نهاية حياتك؟

دعونا نواجه الأمر، إننا لسنا نملًا ولا جنادب، نحن بشر . هل من غير المعقول أن نتوقع أننا قادرون على عيش جميع جوانب الحياة المختلفة التي نقدر نحن البشر

على عيشها؟

إذا فهمت أساسيات تكوين الثروة، وإذا أدرت أموالك ووقتك وتركيزك بذكاء، وإذا كانت لديك أحلام كبيرة وكانت عندك الجرأة للسعي وراء تحقيق تلك الأحلام،

فحينها ستستطيع أن تعيش تلك الحياة التي تحظى فيها بنجاح لا مثيل له.

الفصل الحادي والعشرون

المشروع التجاري الأمثل

بالقرن الحادي والعشرين

أحد الأسباب التي تجعلني أكنَّ احترامًا شديدًا للتسويق الشبكي هو أنه عمل يتمتع فيه الجميع بفرص متكافئة. يتكون التسويق الشبكي من شبكة واسعة جدًّا.

عندما تدقق النظر في أكثر من ستين مليون شخص حول العالم يعملون في التسويق الشبكي، ستجد أشخاصًا من جميع الألوان والعقائد والفئات العمرية،

وستجد أشخاصًا ذوي مستويات مختلفة من الخبرة والتجربة والمهارات.

هذا أيضًا يجعله المشروع التجاري المثالي في المستقبل. إننا ندرك في القرن الحادي والعشرين، أكثر من أي وقت مضى، أن الثروة ليست هي لعبة المجموع الصفري،

كما قلت من قبل. ليس الأمر عبارة عن نجاح شخص ما عن طريق إفشال الآخرين، وإنما يكمن مستقبل تكوين الثروة الحقيقية في اتباع الطرق الريادية للقيام

بالأعمال التي تسمو بالمنفعة المالية للبشرية.

وتلك هي القيم المهنية الخاصة بي، والتسويق الشبكي به هذه القيم نفسها. إن تأييد تلك القيم لا يبدو جيدًا فقط، بل إنه عمل جيد أيضًا.

الطريقة العادلة لتكوين الثروة

أحد الأسباب الرئيسية التي جعلتني أتحمس بهذا الشكل في دعم مجال التسويق الشبكي وتعزيزه هو: أن أنظمته أكثر عدلًا من الأنظمة السابقة لكسب الثروة.

تم إعداد نظام التسويق الشبكي بطريقة تسمح للجميع بتقاسم الثروة. وتعد تلك طريقة عادلة للغاية

لتكوين الثروة. إنه متاح لأي أحد لديه الدافع والتصميم

والمثابرة، كما أنه لا يعبأ بالكلية التي درست فيها أو إذا كنت حصلت على تعليم جامعي من الأساس،

ولا يكترث بمقدار المال الذي تجنيه حاليًّا أو عرقك أو جنسك أو مظهرك الجيد أو من هم والداك أو مدى شعبيتك. وتهتم معظم شركات التسويق الشبكي في المقام

الأول بمدى استعدادك للتعلم والتغير والتطور، وإذا ما كانت لديك الشجاعة لتلتزم بها حتى النهاية في السراء والضراء، في طريقك نحو تعلم كيف تصبح

صاحب عمل تجاري.

ويعد التسويق الشبكي أكثر من مجرد كونه فكرة جيدة، ولأسباب عديدة إنه نموذج العمل التجاري المستقبلي؛ لماذا؟ نظرًا إلى أن العالم بدأ أخيرًا في الاستيقاظ

على حقيقة انتهاء العصر الصناعي.

بالنسبة إلى العالم الذي ينخفض فيه مصدر الأمن السابق أكثر وأكثر، يبرز التسويق الشبكي بوصفه محركًا جديدًا للإنجاز والأمان الفردي. كما يمنح التسويق

الشبكي الملايين حول العالم فرصة السيطرة على حياتهم ومستقبلهم المالي. لهذا وعلى الرغم من أن مفكري العالم القديم متمسكون برأيهم في عدم رؤية ذلك،

فإن مجال التسويق الشبكي سيستمر في النمو.

وخلال السنوات المقبلة، أتوقع أن نشهد طفرة في انتشار الشركات الرائدة في مجال التسويق الشبكي وتميزها وبروزها وتطورها.

كتبت مسبقًا عن كيفية تحقيق "توماس أديسون" للثراء، ليس عن طريق تطوير المصباح الكهربائي، بل عن طريق خلق شبكة تدعم المصباح الكهربائي. وكان لدى

"أديسون" موظف صغير يُدعى "هنري" الذي فعل شيئًا مماثلًا لذلك مع اختراع جديد آخر، الذي كان يبدو أن هذا الاختراع ليس له أية فائدة عملية في هذا الوقت.

> إن نظام التسويق الشبكي هو نظام عادل ومتكافئ وسليم اجتماعيًّا لتحقيق الثروة؛ وذلك نظرًا إلى طبيعته وتكوينه.

وكما حدث مع "أديسون" بخصوص المصباح الكهربائي، لم يخترع الشاب "هنري فورد" السيارة، بل فعل شيئًا جوهريًّا غير مصير الاختراع ومصير ملايين

الأشخاص للأبد؛ ففي مطلع القرن الحالي، كان يُنظر إلى السيارة على أنها تحفة لافتة للأنظار خاصة بالأثرياء فقط. وكانت بالفعل غالية جدًّا لدرجة أن الأثرياء

فقط هم من تمكنوا من تحمل تكلفتها. وكانت فكرة "فورد" الأساسية هي أن يجعل السيارة متاحة للجميع.

من خلال خفض تكاليف الإنتاج وتطويع خط التجميع لإنتاج كميات كبيرة من السيارات الموحدة غير المكلفة، أصبح "فورد" أكبر منتج سيارات في العالم. لا ينطوي

الأمر فقط على أنه جعل أسعار سياراته في المتناول، ولكنه أيضًا كان يدفع أعلى أجور في هذا المجال، كما قدم خطط مشاركة الربح عن طريق إعادة توزيع ٣٠ مليون

دولار سنويًّا على موظفيه، وكان مبلغ ٣٠ مليون دولار ذا قيمة كبيرة للغاية في بدايات القرن العشرين.

وكان هدف تلك المؤسسة التي أنشأها "فورد"، هو
:"سيارة لكل مواطن". وفي طريقه نحو تنفيذ هذا
الهدف، جعل من نفسه رجلًا ثريًّا جدًّا.

ويعد التسويق الشبكي نمط عمل ذا تأثير قوي؛ فلأول
مرة في التاريخ، أصبح بإمكان أي فرد الآن الحق في
تكوين ثروة، حيث كان هذا الأمر حتى وقت قريب

مقصورًا فقط على القلة المختارة أو المحظوظة.

لم يسلم هذا العمل من المنتقدين والمشككين
ومروجي الأكاذيب وعديمي الأخلاق الذين يسعون إلى
تحقيق الربح السريع. ولكن نظام التسويق الشبكي هو
نظام

عادل ومتكافئ وسليم اجتماعيًّا لتحقيق الثروة؛ وذلك
نظرًا إلى طبيعته وتكوينه.

وبرغم ما سيخبرك به المنتقدون والمنتقصون من قدره،
فإن التسويق الشبكي ليس عملًا جيدًا للأشخاص
الجشعين، ففي الواقع، الطريقة الوحيدة لتحقيق الثراء

في التسويق الشبكي تكون عن طريق مساعدة
الآخرين على أن يصبحوا أغنياء هم أيضًا. لقد غيَّر هذا
الأمر رؤيتي تغييرًا جذريًّا، مثلما فعل "توماس أديسون"

و"هنري فورد" من إحداث تغيير كبير يومًا ما. وهذا العمل
مثالي، من ناحية طبيعته، للأشخاص الذين يحبون
مساعدة الآخرين.

أنا لا أدين الطمع بالضرورة؛ حيث إنه لا بأس بالقليل من
الطمع والمصلحة الذاتية الشخصية. ولكن عندما يكون
هدف تحقيق المكاسب الشخصية على حساب

الآخرين، يصبح الأمر مثيرًا للاشمئزاز. أنا أعتقد أن معظم

الناس كرماء بطبيعتهم، وأننا نشعر بالرضا والإنجاز الشديدين عندما نحقق إنجازاتنا التي تؤدي أيضًا

إلى الارتقاء بالآخرين وعدم الحول بينهم وبين تحقيق النجاح.

يرضي التسويق الشبكي دافع الكرم هذا. ويوفر لنا المسار نحو النجاح الشخصي وتكوين ثروة عظيمة وتحقيق الحرية المالية من خلال تلك العملية التي لا تؤتي أكلها

إلا من خلال مساعدة إخواننا من البشر.

تستطيع أن تصبح غنيًّا من خلال الدناءة والطمع، وتستطيع أن تصبح غنيًّا أيضًا من خلال السخاء والكرم. والطريقة التي تختارها ستكون هي الطريقة الأكثر

تطابقًا مع القيم الأساسية الموجودة بداخلك.

المؤسسة الاقتصادية للسلام

لقد حلقت بإحدى المروحيات في بعض المهام التي كنت أقوم بها فوق أدغال فيتنام، وأعرف من التجربة المباشرة ماذا تعني الحرب. كما أعرف أيضًا أن عدم المساواة

هو أحد الأسباب الأساسية للحرب. وكلما اتسعت الفجوة بين الأغنياء والفقراء، يصعب تهيئة الظروف للسلام. يمكننا أن نتظاهر من أجل السلام وأن نلقي

خطابات مؤيدة للسلام ونشكل لجانًا لدراسة السلام ودعمه، ولكن سيكون من المستحيل فعليًّا تحقيق السلام الذي نتحدث عنه ما لم نبدأ في توفير المزيد من

الفرص الاقتصادية الكبيرة للملايين

من الأشخاص.

وبقدر ما يبدو الهدف هائلًا، فإن هذا ما يقوم به التسويق الشبكي بالضبط.

تنشر كثير من شبكات التسويق الشبكي في الوقت الحالي السلام من خلال خلق الفرص الاقتصادية حول العالم. ليست شركات التسويق الشبكي مزدهرة وناجحة

في جميع عواصم العالم الرئيسية فحسب، بل هناك كثير منها في الدول النامية، يقومون ببث الأمل للملايين الذين يعيشون في بلدان فقيرة. تستطيع معظم

الشركات التقليدية أن تزدهر فقط عندما تعمل في تلك المناطق التي يعيش فيها الأغنياء ممن يمتلكون المال

ويقومون بإنفاقه.

لقد حان الوقت الذي يحظى فيه الجميع حول العالم بالفرص المتساوية للاستمتاع بالحياة الثرية الوفيرة، بدلًا من قضاء حياتهم في العمل الجاد ليزداد الأثرياء

ثراءً.

حان الوقت الذي تحظى فيه أنت بهذه الفرصة.

مرحبًا بكم في القرن الحادي والعشرين.

روبرت تي. كيوساكي



مستثمر، ورجل أعمال، ومناصر للتعليم المالي، ومؤلف

الكتب الأكثر مبيعًا.

"روبرت كيوساكي" هو مؤلف كتاب الأب الغني والأب الفقير * ، كتاب التمويل الشخصي رقم واحد في التاريخ، الكتاب الذي تحدى وغيَّر طريقة تفكير عشرات

الملايين من الأشخاص بخصوص المال. وتربع كتاب الأب الغني والأب الفقير على قائمة الكتب الأكثر مبيعًا لفترة طويلة من الوقت وفقًا للقوائم الأربع التي تُقدمها

صحف مختلفة إلى مجلة بابلشرز ويكلي، مثل صحيفة نيويورك تايمز ومجلة بيزنس ويك وصحيفة وول ستريت جورنال ويو. إس. إيه. توداي، كما أطلق عليه

"كتاب المال رقم واحد في يو. إس. إيه. توداي " لعامين على التوالي. وتصدر الكتاب قائمة الكتب الأكثر مبيعًا لثالث أطول فترة من بين "الكتب الإرشادية".

عن طريق تبني روبرت لوجهات نظر عن المال والاستثمار التي تتعارض دائمًا مع الاعتقادات السائدة، عُرف بحديثه الصريح وبعدم تصديقه للاعتقادات السائدة

وبشجاعته. وكان يرى أن تلك النصائح "القديمة" من قبيل: "عليك أن تجد وظيفة، وتدخر المال، وتسدد ديونك، وتستثمر على المدى الطويل في حافظات الأسهم

والسندات وصناديق الاستثمار المشتركة المتنوعة" هي نصائح "سيئة" (عفا عليها الزمن ومعيبة) وتتحدى الوضع القائم. كما أن تأكيده على أن "بيتك ليس من

الأصول" أثار جدلًا واسعًا، ولكن أدرك دقته كثير من أصحاب المنازل.

كما احتلت كتب سلسلة Rich Dad الأخرى أربع مراتب

من ضمن العشرة الأوائل في قائمة مبيعات نيلسون بوكسكان حتى الوقت الحالي منذ عام ٢٠٠١ إلى ٢٠٠٨.

وتمت ترجمتها إلى إحدى وخمسين لغة ومتاحة في ١٠٩ دول، حيث بيع من كتب هذه السلسلة أكثر من ٢٨ مليون نسخة حول العالم وتربعت على قوائم الكتب

الأكثر مبيعًا في جميع أنحاء آسيا وأستراليا وأمريكا الجنوبية والمكسيك وأوروبا. تم إدراج اسمه في لوحة الشرف على موقع أمازون ضمن خمسة وعشرين مؤلفًا

تتصدر كتبهم قائمة الكتب الأكثر مبيعًا. وتحتوي سلسلة كتب Rich Dad حاليًّا على سبعة وعشرين كتابًا، من بين الكتب البارزة Rich: Two Men - Why We Want You to Be One Message ، شارك في تأليف هذا الكتاب "دونالد ترامب"، وهو أحد أصدقاء "روبرت"، عام ٢٠٠٦، وتم تصنيفه على أنه الكتاب رقم

واحد في قائمة الكتب الأكثر مبيعًا وفقًا لصحيفة نيويورك تايمز . يعمل حاليًّا هذان الصديقان وعملاقا عالم الأعمال على كتابة كتابهما الثاني الذي سينشر قريبًا.

ومن أحدث الكتب التي أصدرها "روبرت" كتاب The Real Book Of Real Estate الذي يتضمن مجموعة من دروس ونصائح مستقاة من الحياة الواقعية التي

قدمها المستثمرون والمستشارون العقاريون المخضرمون ل "روبرت"، وكتاب: Conspiracy of the Rich The 8 New Rules of Money ، وهو كتاب مبتكر

ورائد وتفاعلي يوجد مجانًا على الإنترنت، وقد شهد عددًا هائلًا من الزيارات وارتفع إلى المرتبة الخامسة في قائمة نيويورك تايمز للأبحاث التجارية الإرشادية الأكثر

مبيعًا.

وظهر "روبرت" في برامج تليفزيونية، مثل برنامج لاري كينج لايف، وبرنامج أوبرا، كما تم إجراء حوار معه مؤخرًا في عمود " Questions 10 " في مجلة التايم،

وهو عمود الأسئلة والأجوبة الشهير الذي ظهر فيه عدة أسماء كالمخرج "سبايك لي" والممثل "مايكل جي. فوكس" وآخرين.

بالإضافة إلى كتبه، يكتب "روبرت" مقالًا لموقع ياهو فاينانس تحت عنوان " Why the Rich Are Getting Richer "، ومقالًا شهريًّا بعنوان " Rich Returns "

لمجلة أنتروبونير.

* متوافر لدى مكتبة جرير

جون فليمينج



نشأ"جون فليمينج" في مدينة ريتشموند بولاية فيرجينيا. وانتقل إليه اهتمامه بالهندسة ورغبته في البناء عبر أجيال ترجع حتى أسلافه القدامى. وكان طالبًا

موهوبًا، تم صقل موهبته الطبيعية في التصميم المعماري في معهد إلينوي للتكنولوجيا، يُعرف بتمسكه بمبادئ ميس فان دير روه، أحد المهندسين المعماريين

الأكثر شهرة في العصر الحديث. وبعد تخرجه عمل جون

لدى ذلك المهندس العظيم وتم اختياره لعمل العديد من الرسوم التوضيحية في آخر كتاب صدر له تحت
عنوان Mies van der Rohe: The Art of Structure.

وأدت معرفة جون بالعمارة واهتمامه بها في النهاية إلى إدراكه إمكانية تطبيق مبادئ التصميم والإنشاء
المعماري على الحياة كذلك. وساهمت تلك الأفكار في
تشكيل اعتقاده القوي بأن الأشخاص العاديين قادرون على إنجاز أشياء غير عادية عن طريق اتباع مفاهيم البناء المماثلة. وقاده هذا الاعتقاد إلى التحول من دراسة
الهندسة المعمارية إلى العمل في مجال البيع المباشر.

وكان قرار جون بالدخول إلى مِجال البيع المباشر نابعًا من معرفته بأن هذا المجال عَمِل به أشخاص من جميع مناحي الحياة على مدار أكثر من ١٠٠ عام، بصرف
النظر عن خبرتهم السابقة أو عدم وجود خبرة على الإطلاق. وكان يعتقد أنها مكنت أولئك الراغبين في تعلم القليل من المهارات الأساسية عن البيع المباشر وإتاحة
الفرصة للآخرين للانخراط في نظام المشروعات الأمريكية الحرة. كما اختبر، على مدار الأربعين سنة التالية، نظرياته ليس فقط على نفسه، بل على آلاف الأشخاص
أيضًا الذين كان يعتقد أن بمقدورهم أن يكونوا هم بمثابة المهندسين الذين يرسمون مسيرة حياتهم.

وأنشأ جون حياة مهنية ناجحة كرجل أعمال ومستشار وكاتب ومحاضر. كما امتلك شركة البيع المباشر الخاصة به وأدارها، وعمل كمورد مستقل، وتقلد عدة

مناصب تنفيذية في شركات رائدة، من بينها ١٥ عامًا كان قد قضاها في شركة آفون بروداكتس المساهمة؛ حيث أدار وحدة الأعمال الغربية للشركة وساهم في نمو

صافي الأرباح وإجمالي المبيعات لستة أعوام قياسية على التوالي، وتقاعد من شركة آفون عام ٢٠٠٥.

وانضم جون فترة طويلة لرابطة البيع المباشر ومؤسسة البيع المباشر التعليمية، ويعمل حاليًّا عضو مجلس إدارة لكلتا المؤسستين. وفي عام ١٩٩٧، منحته مؤسسة

البيع المباشر التعليمية جائزة سيركل أوف أونر تقديرًا لإسهاماته.

وعلى مدى السنوات القليلة الماضية، واصل جون تأسيس العديد من الهياكل التنظيمية التي استمرت من خلالها استشاراته وقيادته في التركيز على الحلول

التجارية والتعليمية والحياتية. وفي عام ٢٠٠٦، تولى منصب ومهام ناشر ورئيس تحرير في مجلة دايركت سيلنج نيوز، وهي مجلة تجارية تقدم بعض الخدمات

المتعلقة بمجال البيع المباشر؛ حيث ينقل حاليًّا معرفته ورؤيته إلى قادة هذا المجال (www.directsellingnews.com). ومنذ عام ٢٠٠٨ شغل منصب المدير

التنفيذي في مؤسسة "ساكسيس"، وهي منظمة غير ربحية مكرسة لمساعدة المراهقين على تعلم مهارات التطوير الشخصي المهمة حتى يتمكنوا من تفجير طاقاتهم

الكامنة (www.SUCCESSFoundation.org) . وألف جون أيضًا كتاب The One Course ، الذي يقدم تعليمات حول كيفية بناء حياة ناجحة باستخدام

مبادئ الهندسة المعمارية (www.theonecourse.com).

كيم كيوساكي



رغبة منها في تثقيف المرأة فيما يتعلق بعالم المال والاستثمار، استندت كيم كيوساكي إلى خبرتها التي تكونت على مدار حياتها في مجال الأعمال والعقارات

والاستثمار في مهمتها في دعم التعليم المالي. وحلت كيم ضيفة على برنامج لاري كينج شو التليفزيوني وفوكس نيوز وبرنامج برايف هارت فيو وهو برنامج متلفز يتم

إذاعته عبر الإنترنت كذلك، وهي أيضًا مقدمة برنامج ريتش وومان الذي يذاع على قناة بي. بي. إس التليفزيونية. كما كُتب عن كيم مؤخرًا مقال في مجلة إيسنس

باعتبارها مناصرة للتعليم المالي، وهي أيضًا كاتبة مقال في موقع WomanEntrepreneur.com .

كيم مليونيرة عصامية، وتعيش حياة زوجية سعيدة (وهي امرأة مستقلة للغاية). وتصدَّر أول كتاب لها، Rich Women Woman: A Book on Investing for قائمة الكتب

الأكثر مبيعًا لمجلة بيزنس ويك في الشهر الذي صدر فيه. وكان كتاب Rich Woman من الكتب الأكثر مبيعًا في عدة دول حول العالم

كالمكسيك وجنوب أفريقيا والهند وأستراليا ونيوزيلاندا وجميع أنحاء أوروبا. قال دونالد ترامب عن كتاب Rich Woman : "يجب على جميع النساء قراءة هذا

الكتاب، حيث تحتاج السيدات حاليًّا، وأكثر من أي وقت مضى، إلى الدهاء المالي". كما تم إدراج كتاب Rich Woman على قائمة قراءة دونالد ترامب الصيفية

لعام ٢٠٠٩.

واستغلت كيم المنتدى الدولي ريتش وومان في تسليط الضوء على الإحصاءات المذهلة المتعلقة بالنساء والمال، وأنشأت من خلال موقع www.richwoman.com الإلكتروني مجتمعًا تفاعليًّا على الإنترنت حيث يمكن للمرأة أن تتعلم وتنمو من خلاله.

وتعرف كيم كيوساكي وزوجها روبرت كيوساكي كيف تبدو الحال عند التعرض لأزمة اقتصادية كمثل التي يتعرض لها حاليًّا العديد من الأمريكيين؛ حيث كانا

مشردين في ثمانينيات القرن العشرين وعاطلين عن العمل ومدينين بأكثر من ٤٠٠.٠٠٠ دولار. وفي هذا الوقت العصيب تمكنا من وضع نموذج مكون من ١٠ خطوات

بسيطة واتباعه للتخلص من الديون المعدومة. لقد شاركا هذا النموذج في الأسطوانة الصوتية المشهورة بعنوان How We Got of Bad Dept . وهما الآن من

أصحاب المشروعات الناجحين، كما أنهما مؤلفان للكتب

التي تتصدر قوائم الكتب الأكثر مبيعًا.

بالإضافة إلى ذلك، ابتكر "روبرت" وكيم كيوساكي لعبة التدفق النقدي (كاش فلو) عام ١٩٩٦، لتعليم إستراتيجيات المال وإستراتيجيات الاستثمار التي قضى والده

الغني سنوات في تعليمه إياها. تلك هي الإستراتيجيات نفسها التي مكنتهما من التقاعد المبكر. ويوجد حاليًّا الآلاف من النوادي التي يلعب فيها لعبة كاش فلو

حول العالم.

وفي عام ١٩٩٧، أسس روبرت وكيم شركة ريتش داد. وأطلقت الشركة رسالة ريتش داد ® لمحو الأمية المالية من خلال الكتب والألعاب وغيرها من الأدوات التعليمية

للاعتراف والإشادة بالتعليم المالي عالميًّا.

"تجد الكثير من السيدات أنفسهن، خصوصًا عندما يتقدمن في العمر، في ضائقة مالية كبيرة، بسبب الطلاق أو وفاة الزوج أو مجرد عدم التخطيط للمستقبل.

وتكمن المشكلة في أن الكثيرات منا لم يتعلمن شيئًا عن المال والاستثمار. والتعليم المالي لا ينطوي فقط على كيفية تأمين سيارة أو توفير بعض المبالغ البسيطة في

محل البقالة. أعتقد أننا نحن النساء أكثر ذكاءً من هذا. وعلينا نحن النساء أن نتحكم في حياتنا المالية بدلًا من الانتظار آملات في أن يعتني شخص ما آخر

بمستقبلنا المالي".

الغلاف الخلفي



إن المشكلة لا تكمن في الوضع الاقتصادي، بل فيك أنت.

هل أنت **غاضب من الفساد المستشري** في عالم الشركات؟ أم غاضب من دول مترفة والبنوك الكبيرة؟ أم أنك غاضب من الحكومة التي تقوم باتخاذ الكثير من الإجراءات الخاطئة ولا تفعل ما يكفي من الإجراءات الجيدة؟

أم أنك **غاضب من نفسك** لعدم قدرتك على ضبط شئونك المالية في المستقبل القريب؟

إن الحياة قاسية. ولكن السؤال هو: **ماذا ستفعل للتغلب على هذه الظروف القاسية؟** إن الشكوى والأنين من أحوال الاقتصاد، أو إلقاء اللوم على الآخرين كلها أشياء لن تؤمن لك مستقبلك الاقتصادي. عليك أن تبدأ في تكوين الثروة إذا كنت تريد الحصول عليها حقًا. عليك أن تقوم بتأمين مستقبلك بأن تتحكم في مصدر دخلك من الآن.

انك بحاجة الى مشروع تجاري خاص بك.

قد يرى معظمنا أن هذه الفترة من أصعب الفترات التي نعيشها من الناحية الاقتصادية، لكن رجال الأعمال يرون أن هذه هي الفترة التي تزخر بالإمكانيات الاقتصادية. وقد لا يكون الوقت الحالي هو الوقت المناسب كي تبدأ المشروع التجاري الخاص بك، لكن ليس هناك وقت أنسب من هذا الوقت!



Contents


تليجرام
مكتبة
غواص في بحر الكتب
محمد خطاب